

**REFLEXIONS SUR LES MOYENS DE MIEUX ASSURER  
LE RESPECT ET LA PROMOTION  
DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES AGROALIMENTAIRES  
A L'ECHELLE INTERNATIONALE**

**Mission parlementaire auprès du Premier ministre**

***Rapport de Jean BIZET***  
**Sénateur**

***Juin 2005***

## AVANT PROPOS

L'Agriculture est désormais entrée de plain-pied dans l'économie de marché. Cette libéralisation d'une « activité pas comme les autres » a d'abord pris son origine au G8 de Munich ; formalisée ensuite par les Accords de Marrakech en avril 1994, elle est mise en œuvre à DOHA en septembre 2001. Tout soutien interne, toute subvention à l'exportation, toute entrave à l'ouverture du marché sera désormais strictement encadré.

Dans un monde de plus en plus internationalisé, il convenait de positionner l'Agriculture européenne et plus particulièrement l'Agriculture française, dans un domaine qui puisse la mettre à l'abri de la concurrence des pays les plus libéraux.

Les Indications Géographiques prennent là toute leur pertinence. La réflexion la plus aboutie s'avérant être l'Appellation d'origine contrôlée créée par le décret-loi du 30 juillet 1935 sous l'impulsion du Sénateur J. CAPUS.

L'Union Européenne est très attachée à ce concept qui malgré le poids des ans reste d'une étonnante modernité, car, au-delà de la typicité et du positionnement des produits agricoles transformés générant ainsi une certaine plus-value, les Indications Géographiques sont un véritable outil d'aménagement du territoire.

Non opéable, non délocalisable, à la différence d'une marque, l'Indication Géographique relève d'une propriété collective, nécessite la rigueur et la solidarité de tous les acteurs d'un territoire et bénéficie sur un plan juridique de la protection de l'Etat. Un outil qui doit s'inscrire dans le cadre de la réforme de la PAC du 26 juin 2003 ; notamment au travers de l'article 69 du règlement établissant les règles communes pour les régimes de soutien et pouvant mobiliser 10 % de subvention supplémentaire dans le cadre du volet « Développement rural ».

Vue sous cet angle, la mondialisation n'est pas une uniformisation ni une américanisation, elle est tout simplement une organisation du commerce mondial de produits différents dont on doit protéger l'originalité au travers de l'*Accord sur les droits de propriété intellectuelle relatifs au commerce* (ADPIC) et, mieux encore, d'un registre de notification et d'enregistrement multilatéral. C'est par cette réactivité territoriale que nos concitoyens accepteront mieux l'idée et l'intérêt de la mondialisation. Cette conception française est loin de faire l'unanimité dans l'Union européenne même et plus encore au sein de l'O.M.C.

Cette conception est pourtant, à mon sens, un des éléments fondamentaux de la survie d'une partie de nos agriculteurs.

La filière viticole française est plus concernée que toutes les autres filières parce qu'elle totalise la majorité des appellations et indications géographiques protégées. Déstabilisée sur le marché intérieur et sur les marchés internationaux par les vins du Nouveau Monde, elle doit aujourd'hui accepter de revoir un certain nombre de règles :

- attribution des A.O.C.
- pratiques œnologiques
- utilisation de marques pour mieux répondre à l'évolution du goût des consommateurs.

Il y a désormais urgence. Demain il serait trop tard et les implications tant économiques que sociales désastreuses.

L'accord cadre du 31 juillet 2004 a constitué un grand pas en avant pour la négociation agricole. Messieurs Supachai PANITCHPAKDI (et probablement son successeur M. LAMY), Robert PORTMAN, Peter MANDELSON, trois des acteurs fondamentaux de l'O.M.C., ont semblé déterminés à continuer dans cette voie.

Il est impératif que les 25 Pays de l'Union européenne soient unis autour du mandat de négociation accordé au Commissaire européen pour que la mise en place de ce Registre des Indications Géographiques, son extension à des produits autres que les vins et spiritueux et la reconnaissance de la « Short – List » soient la juste contrepartie de l'ouverture de l'accès au marché et de la baisse programmée des restitutions.

Dans la négative la mondialisation se résumerait, tôt ou tard, à une standardisation... entraînant une profonde crispation de nos concitoyens.

1794 / 03 / SG

Monsieur le Sénateur,

L'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux constitue un des objectifs du cycle de négociations commerciales multilatérales lancé à Doha. Par ailleurs, l'extension de la protection dont bénéficient les vins et spiritueux à d'autres produits agricoles est au nombre des sujets de discussion mentionnés à Doha au titre du programme de travail.

L'absence d'accord lors de la réunion ministérielle de Cancún sur le système multilatéral de notification et d'enregistrement ne remet pas en cause l'objectif fixé à Doha. Cependant, d'importantes divergences d'approche demeurent entre membres de l'Organisation mondiale du commerce sur la protection des appellations d'origine.

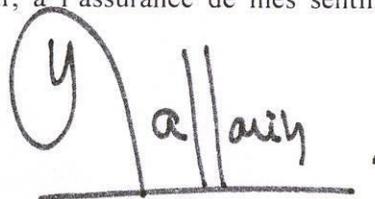
Afin d'ouvrir de nouvelles pistes de réflexion dans la négociation, je souhaite vous confier une mission sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques au niveau international pour les produits agro-alimentaires.

Sur la base des consultations que vous conduirez et dans le cadre du mandat confié par le Conseil de l'Union européenne à la Commission sur ces sujets, vous formulerez des recommandations pour une meilleure prise en compte dans la négociation commerciale de la reconnaissance de la qualité des produits agricoles. Vous étudierez aussi les moyens d'assurer une plus grande notoriété et présence des produits agro-alimentaires français de qualité sur les marchés extérieurs.

Pour mener à bien votre tâche, vous serez placé en mission, en application de l'article LO 297 du code électoral, auprès du ministre délégué au commerce extérieur. Vous pourrez faire appel aux services du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie et à ceux du ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales.

Je vous serais reconnaissant de bien vouloir me remettre vos réflexions et propositions pour le 30 janvier 2004.

Je vous prie de croire, Monsieur le Sénateur, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

A handwritten signature in black ink, reading "Raffarin". The first letter "R" is large and stylized, with a loop. The name is written in a cursive style.

Jean-Pierre RAFFARIN

Monsieur Jean BIZET  
Sénateur de la Manche  
SENAT  
Palais du Luxembourg  
15, rue de Vaugirard  
75291 - PARIS CEDEX 06 -

## Résumé

Les indications géographiques agroalimentaires (IG) sont issues d'une très vieille tradition qui donnait le nom du produit de l'endroit où il venait. Avec le temps et la volonté politique (dès les années 1930 avec la création des Appellations d'Origine Contrôlées (AOC), ces IG sont devenues des références et des garanties de qualité pour le consommateur.

L'offre et la demande de produits agroalimentaires sont aujourd'hui bouleversées et il convient d'étudier quelle peut être la place des IG dans ce contexte. Du côté de l'offre, la concurrence est de plus en plus forte. Du côté de la demande, les consommateurs veulent plus de qualité.

Par ailleurs, les IG sont un des sujets du Cycle de Doha ; et cette négociation est fortement connectée aux autres négociations, agricole notamment.

Les IG restent malgré tout un sujet mineur du Cycle de Doha. C'est l'Union Européenne qui a le plus d'intérêts en jeu. Au sein même de l'Union, nos partenaires ne sont pas également sensibilisés à ce thème. Le risque est grand que la satisfaction de nos revendications sur la négociation agricole passe par l'abandon de nos revendications sur les IG. Or, ce risque nous voulons l'éviter.

### **Pourquoi faut-il protéger et promouvoir les IG françaises et européennes ?**

Aujourd'hui, en France, les IG représentent 85% des vins et 80% des spiritueux exportés. C'est près de 15% du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires françaises et le tiers de leur chiffre d'affaires à l'exportation. La filière des indications géographiques représentait, en 2001, 21% des agriculteurs français en 2001, soit 138 000 agriculteurs, sur un total de 657 000.

Les IG sont aussi une demande du consommateur. Depuis les dernières crises sanitaires agroalimentaires, les consommateurs demandent une garantie de qualité. Or, c'est la raison même d'une IG que d'apporter cette garantie, elle-même liée à un terroir et à un savoir-faire. Selon une enquête réalisée en 1999, 40% des consommateurs se disent prêts à payer 10% de plus pour des produits d'origine garantie.

Les IG sont donc créatrices de valeur ajoutée, vers l'amont, vers le producteur. C'est une agriculture haut de gamme qu'il faut encourager dans un contexte de mondialisation de l'agriculture. Enfin, le développement du territoire rural peut se faire à travers les IG, notamment à travers des initiatives touristiques.

Il est donc primordial de protéger les IG. Dans le contexte agricole actuel, les IG représentent une ressource sans équivalent pour les agriculteurs.

A l'échelle européenne, le même constat peut être établi pour les pays du Sud : Italie et Grèce notamment. Les pays du Nord sont moins sensibilisés à cette culture de l'origine. Ce sera donc un premier défi que de faire prendre conscience à tous nos partenaires de l'importance de ce sujet. Le mandat de négociation du Commissaire Mandelson en dépend.

### **Comment protéger et promouvoir les IG ?**

Notre stratégie doit donc s'articuler autour de deux pôles : protéger et promouvoir. Ils sont liés et interdépendants.

## Promouvoir

De nombreux pays ne connaissent pas le concept même d'IG. A l'étranger, c'est donc souvent dans un contexte qui nous est défavorable que sont jugés les contentieux relatifs aux IG.

Promouvoir, c'est donc protéger. Et c'est aussi assurer des débouchés à notre production agricole placée sous le signe des IG.

Il s'agit d'abord de communiquer sur les signes de qualité qui existent déjà, en France, dans l'Union Européenne et dans le monde.

Les signes français AOC, AB, Label Rouge ou la Certification de Conformité (Critères Qualité Certifiés) sont plutôt bien connus du grand public français. Le principal problème réside dans la place des AOC vitivinicoles. Ce sont les seules qui n'ont pas tout à fait rempli leur rôle de certification de qualité. Le plan stratégique annoncé le 31 juillet 2004 visant la réorganisation de la filière va dans le bon sens et l'effort doit être poursuivi pour rendre notre offre plus lisible. C'est une condition *sine qua non* pour retrouver une dynamique dans ce secteur.

Au niveau communautaire, il existe 4 sigles :

- Appellation d'Origine Protégée (AOP, l'équivalent des AOC françaises) : la qualité reconnue au produit est **exclusivement** due à la provenance
- Indication Géographique Protégée (IGP) : la qualité reconnue au produit **peut** être attribuée, en partie, à la provenance
- Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) : cette attestation de spécificité ne garantit pas une origine mais un savoir-faire ou un mode de production traditionnel
- Agriculture Biologique (AB)

A l'inverse des sigles nationaux, ces sigles sont méconnus du grand public. Leur efficacité est donc faible aussi bien sur le marché européen que sur le marché mondial. C'est pourquoi les campagnes menées par la SOPEXA pour le compte de l'Union Européenne sont très importantes et doivent être poursuivies. L'une d'entre elles a déjà été menée aux Etats-Unis, au Japon et au Canada. Une autre devrait être menée prochainement en France, toujours pour promouvoir les sigles communautaires.

La SOPEXA propose par ailleurs de créer une nouvelle marque, qui ne devrait pas être traduite : « **LA BELLE FRANCE** », à l'instar de ce qu'a fait l'Australie avec sa marque « Brand Australia ». Au sein de l'Union Européenne, une proposition similaire a été faite en faveur de la création d'un « Label Européen ». Aucune des deux n'a abouti pour l'instant. Il n'est pas certain que l'unification de l'offre à l'exportation soit nécessairement souhaitable. La création d'un tel label doit en tout cas se faire avec la forte approbation des producteurs des différentes filières concernées.

## Protéger

Au plan international, la protection des IG est encore imparfaite. Actuellement, le droit international n'accorde qu'une protection limitée aux IG autres que les vins et spiritueux. En tout état de cause, cette protection est trop insuffisante pour être efficace.

L'INAO a pour mission, en association avec les groupements de producteurs, de défendre les

IG à l'étranger. Quand il n'existe pas un accord bilatéral, chaque dossier est traité selon les spécificités du droit national applicable (droit des marques, droit de la protection du consommateur ou règles coutumières). Cette incertitude juridique n'est pas acceptable pour nos producteurs.

La création de l'OMC en 1994 a marqué une avancée déterminante pour la protection de la propriété intellectuelle. C'est plus particulièrement l'Accord ADPIC (relatif à la propriété intellectuelle) qui a constitué un réel progrès en intégrant dans le droit international la défense des IG.

Cet accord est néanmoins à deux vitesses. Une protection renforcée est organisée pour les vins et spiritueux. Une protection standard qui assure une protection afin que le public « *ne soit pas induit en erreur* ». Cette formulation n'est pas assez précise pour conférer une protection suffisante.

Cet accord reste cependant incomplet car il aurait dû être créé un registre multilatéral de notification et d'enregistrement des IG pour les vins et spiritueux, avant 2003. De plus, il légitime des usurpations anciennes, ce qui est bien sûr à notre défaveur.

La France, puis l'Union Européenne, se sont engagées sur des stratégies de coopération et d'accords bilatéraux de protection. Bien que limitée, cette stratégie a porté ses fruits, notamment en matière de contrefaçon. C'est aussi une stratégie de diffusion du concept. Il est indéniable que cet effort de pédagogie paye sur le long terme.

En ce qui concerne la conclusion d'accords bilatéraux, il faut convaincre nos partenaires de l'intérêt de la démarche. Pour cela, il faut que l'Union Européenne accepte de protéger des IG de pays tiers, et notamment de pays en développement. Un panel de l'OMC, saisi sur la question de la compatibilité des IG avec le système de libre-échange que veut instaurer l'OMC, a validé la philosophie du système communautaire. Il a toutefois rappelé la nécessité d'ouvrir ce système à tous les pays qui souhaitent y participer. Ce qui est d'ailleurs à notre avantage. En effet, nous avons besoin d'alliés dans notre négociation à l'OMC.

Même si la France tout comme l'Union Européenne doivent continuer leurs efforts dans ce sens, cette stratégie ne concerne qu'un nombre de pays limité. Les pays les plus réfractaires au concept d'IG, les Etats-Unis en tête, se refusent à conclure un tel accord. La voie de la négociation multilatérale est donc la seule envisageable pour protéger efficacement notre système d'IG.

### **Négociations à l'OMC**

Un accord multilatéral reste donc incontournable, mais les négociations à l'OMC sont complètement bloquées. Certes, la négociation agricole a-t-elle été relancée par l'accord-cadre du 1<sup>er</sup> août 2004, mais la négociation IG, elle, n'a pas évolué.

Trois sujets sont à l'ordre du jour en ce qui concerne les IG :

- la mise en œuvre d'un registre multilatéral des vins et spiritueux (art 23.4 ADPIC) ; mais les effets juridiques du registre (contraignant ou simplement informatif) divisent les membres, de même que la participation volontaire ou obligatoire des membres ;

- l'extension de la protection additionnelle aux produits autres que les vins et spiritueux ; les produits qui sont concernés ne sont aujourd'hui protégés que très faiblement, l'idée est de créer une seule protection pour les produits sous IG. Contrairement au système existant qui protège mieux les vins et spiritueux que les autres produits ;
- la remise en cause des usurpations « légalisées » par les clauses d'exception figurant dans l'article 24 de l'ADPIC (« claw back ») : ce sera l'objectif le plus difficile à atteindre juridiquement et politiquement.  
Juridiquement, l'Union Européenne demande de revenir sur un accord qui avait déjà été trouvé. Politiquement, l'Union Européenne est seule à vouloir cette révision. Elle a communiqué une liste (« *claw back list* ») de 41 IG (dont 14 françaises) faisant l'objet d'usurpations fréquentes. L'objectif de cette initiative était de signifier la volonté de modération des demandes communautaires, sur un petit nombre d'IG et sur celles ayant un intérêt commercial réel. Le message n'a cependant pas été bien perçu.

A l'OMC, l'Union Européenne a une position claire mais les autres membres ont des positions antagonistes. Certains sont opposés aux IG (Etats-Unis), d'autres, et c'est la plus grande partie, sont indifférents et préfèrent concentrer leur énergie sur les autres sujets de négociations. Nos alliés, enfin, sont peu nombreux et ont un poids faible dans les négociations (pays en développement). Par ailleurs, les intérêts de tous ces pays divergent selon les sujets abordés en matière d'IG.

Un gros effort doit encore être entrepris pour convaincre nos partenaires, même ceux qui nous sont les plus favorables. Là encore, le système communautaire a le plus grand intérêt à s'ouvrir aux IG des pays tiers. La « pratique » du système reste la meilleure façon de les convaincre.

Enfin, il est indéniable que la négociation IG avancera quand une grande partie des difficultés sur le paquet agricole seront réglées.

Deux scénarios sont envisageables :

- Scénario 1 : en l'absence de progrès dans la négociation agricole, l'Union Européenne devra envisager des flexibilités beaucoup plus substantielles en matière d'indications géographiques ;
- Scénario 2 : les contreparties à d'éventuelles concessions européennes dans le domaine agricole porteront sur les IG, en effet l'opposition sur la négociation IG relève autant de considérations tactiques que par des considérations de fond. Dans ce cas, l'Union Européenne devrait chercher à obtenir, par ordre de priorité :
  - o la mise en place d'un registre contraignant pour l'ensemble des membres de l'OMC ;
  - o l'extension de ce registre à des produits autres que les vins et spiritueux ;
  - o la reconnaissance de la « *short list* ».

Grâce aux IG, notre agriculture dispose d'un élément de différenciation que nous devons exploiter le mieux possible. Ceci est d'autant plus vrai dans un contexte de forte concurrence agricole au niveau mondial. C'est pourquoi il est indispensable que toute concession sur la négociation agricole soit compensée par des avancées sur la négociation IG.

# SOMMAIRE

AVANT PROPOS

## **LETTRE DE MISSION**

RESUME

INTRODUCTION..... Page 11

## **I. CONSTATS ET ENJEUX**

### **1.1. Le rôle des indications géographiques dans l'agriculture et l'agroalimentaire**

#### **1.1.1. Un poids économique et social important**

1.1.1.1. Situation et données ..... Page 14

1.1.1.2. Avantages économiques et sociaux des indications géographiques ..... Page 15

#### **1.1.2. Une réglementation complexe qui assure une protection encore imparfaite au niveau international ..... Page 17**

1.1.2.1. Une réglementation communautaire récente ..... Page 18

1.1.2.2. L'édifice français des signes de qualité et d'origine s'est mis en place progressivement ..... Page 22

1.1.2.3. Une protection des indications géographiques encore imparfaite au plan international ..... Page 26

### **1.2. Les limites actuelles du système ..... Page 28**

#### **1.2.1. Les défis intrinsèques**

1.2.1.1. Une offre surabondante de produits de tradition et la concurrence des marques commerciales ..... Page 29

1.2.1.2. L'émergence de nouveaux critères de qualité ..... Page 30

1.2.1.3. La dérive du système des AOC vitivinicoles ..... Page 31

#### **1.2.2. Les défis exogènes**

1.2.2.1. A la recherche d'un meilleur positionnement à l'export des produits agroalimentaires de qualité ..... Page 33

1.2.2.2. Un système qui est contesté par les pays tiers ..... Page 39

## **II. LES MOYENS D'ASSURER LE RESPECT ET LA PROMOTION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES A L'ECHELLE INTERNATIONALE**

**2.1. Les stratégies de coopération et d'accords bilatéraux avec nos partenaires sont utiles, mais ne permettent pas d'assurer une protection efficace et globale aux indications géographiques .....Page 43**

**2.1.1. La coopération bilatérale avec nos partenaires : un outil utile de diffusion du concept d'indication géographique, mais de portée limitée**

2.1.1.1. Une tradition française bien établie ..... Page 44

2.1.1.2. Ces actions ne concernent qu'un nombre limité de pays ..... Page 45

**2.1.2. Les accords bilatéraux sur les indications géographiques conclus par l'Union Européenne sont nécessaires, mais ne suffisent pas à eux seuls à assurer une protection efficace et globale**

2.1.2.1. Les accords bilatéraux sur les indications géographiques négociés par l'Union Européenne ..... Page 47

2.1.2.2. Autres éléments de la stratégie communautaire ..... Page 49

**2.2. Un accord multilatéral à l'OMC reste incontournable**

**2.2.1. Les négociations à l'OMC sur les indications géographiques sont aujourd'hui totalement bloquées**

2.2.1.1. L'Union Européenne poursuit trois principaux objectifs dans les négociations sur les indications géographiques à l'OMC ..... Page 51

2.2.1.2. Les positions des principaux Membres demeurent largement antagonistes .....Page 53

**2.2.2. La relance des négociations sur les indications géographiques dépend avant tout des flexibilités que l'Union Européenne est prête à mettre sur la table dans le domaine agricole**

2.2.2.1. Les flexibilités récemment proposées par la Commission ne suffiront pas à relancer les négociations sur les indications géographiques ..... Page 55

2.2.2.2. Les ambitions de la Commission en matière d'indications géographiques pourraient éventuellement être atteintes si des flexibilités supplémentaires étaient offertes dans le domaine agricole..... Page 57

**III. RECOMMANDATIONS**

**3.1. Comment modifier notre système d'indications géographiques pour le rendre économiquement et socialement plus efficient et plus apte à assurer la promotion des produits de qualité à l'étranger ? ..... Page 59**

**3.2. Quelle est la meilleure stratégie pour faire admettre, à nos partenaires à l'OMC, notre vision des indications géographiques ? ..... Page 62**

## **ANNEXES**

### **ANNEXES**

Annexe 1 Extrait de l'accord sur les ADPIC (annexe 1C – partie 2. indications géographiques)

Annexe 2 Règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires

Règlement (CE) n° 692/03 du Conseil modifiant le règlement (CEE) n°2081/92

Annexe 3 Liste des AOP et IGP françaises (source Commission européenne)

Annexe 4 Extrait du règlement (CE) n°1782/2003 du Conseil du 29 septembre 2003 établissant les règles communes pour les régimes de soutien direct dans le cadre de la politique agricole commune

Annexe 5 Geographical Indications (GIs) – The way forward after CANCUN (source Commission européenne)

Annexe 6 « Short list » de l'Union européenne (source Commission européenne)

Annexe 7 Termes de références pour une mission d'appui à l'OAPI (source MAAPAR)

Annexe 8 Actions de coopération de la France dans le secteur des indications géographiques (source MAAPAR)

Annexe 9 Courrier du directeur de l'ONILAIT en date du 9 avril 2004, adressé au Rapporteur

Annexe 10 Statuts de l'association ORIGIN

Annexe 11 Allocution prononcée par M. Lamy, Commissaire européen au commerce lors de la création de l'association ORIGIN en juin 2003 (source : ORIGIN)

Annexe 12 Liste des AOP / IGP enregistrées dans l'Union Européenne (hors appellations viticoles)

Annexe 13 Visuels de la campagne E.A.T. organisée par la SOPEXA

- **Liste des personnes rencontrées**
- **Références bibliographiques**

## INTRODUCTION

La plupart des pays dans le monde connaissent des indications géographiques si l'on se réfère à la définition qu'en donne l'accord sur les *Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce*, dit accord sur les ADPIC, conclu le 15 avril 1994 à Marrakech, à l'issue du Cycle de l'Uruguay instituant l'Organisation Mondiale du Commerce, et qui vise expressément, au delà de la protection des droits d'auteur, des marques et des brevets, la protection des appellations d'origine.

**Il s'agit d'indications qui servent à identifier un produit originaire du territoire d'un Etat, d'une région ou d'une localité de cet Etat, lorsque une qualité ou une réputation déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.**

L'essentiel de ces indications géographiques relève du domaine agricole et agroalimentaire, le nombre des appellations d'origine hors de ce secteur étant négligeable. En France, dans l'éventail des signes distinctifs de qualité et d'origine apparus progressivement depuis le début du XX<sup>ème</sup> siècle, cette définition vise essentiellement les appellations d'origine contrôlées (AOC), viticoles et fromagères pour l'essentiel, même si d'autres produits de qualité peuvent faire l'objet d'une reconnaissance en tant qu'indications géographiques protégées (Label Rouge par exemple).

L'accord sur les ADPIC consacre au plan international la protection des indications géographiques contre les pratiques déloyales et constitue, à côté du système de l'**Union de Paris** (Convention de Paris - 1883)<sup>1</sup>, le second grand instrument mondial qui concerne la propriété intellectuelle.

**Les indications géographiques demeurent toutefois faiblement protégées au regard des autres droits de propriété intellectuelle. Seuls les vins et spiritueux bénéficient d'une protection forte, cette protection allant au-delà de la seule prévention des risques de tromperie pour établir une protection *a priori*.**

Encore cette protection n'est-elle pas absolue, puisque les « **usurpations anciennes** » des **nouveaux producteurs de vins** (Amérique du Nord et du Sud, Australie, Afrique du Sud essentiellement) ont été **admises. Seules les nouvelles usurpations sont prohibées.**

Cette situation pénalise les pays européens, mais aussi certains pays en développement qui commencent à prendre conscience de la valeur économique et de l'utilité sociale des indications géographiques.

**Le renforcement de la protection accordée aux indications géographiques au travers de la création d'un système multilatéral d'enregistrement pour les vins et spiritueux et l'extension de la protection additionnelle dont bénéficient ces produits à d'autres produits agroalimentaires constituent un des enjeux du cycle actuel de négociations commerciales multilatérales lancé, dans le cadre de l'OMC, à Doha en novembre 2001 (Cycle du Développement de Doha).**

Malgré l'échec de la cinquième Conférence ministérielle de l'OMC tenue au mois de septembre 2003 à Cancún au Mexique, cet enjeu demeure au cœur de la stratégie de l'Union Européenne. La protection accrue des indications géographiques et des productions sous signe de qualité est un objectif essentiel inscrit dans le mandat de négociation de la Commission européenne, en pleine cohérence avec

---

<sup>1</sup> L'on s'est préoccupé très tôt de fixer des règles internationales pour se protéger contre les pratiques déloyales. C'est ainsi que l'on trouve une référence aux appellations d'origine **dans le système de l'Union de Paris pour la propriété industrielle qui a longtemps été, et jusqu'à la création de l'OMC en 1994, le seul instrument plurilatéral intéressant la propriété industrielle.**

l'évolution de la politique agricole commune décidée à Luxembourg en juin 2003. Certains partenaires, certes encore peu nombreux, notamment des pays en développement dont les productions agricoles comptent souvent pour une part très significative de la richesse nationale, soutiennent cette idée d'extension de la protection des indications géographiques.

En Europe et en France, les mentions d'origine géographique sont utilisées depuis longtemps et pour de très nombreux produits : des vins, bien entendu, mais aussi des fromages et d'autres produits laitiers, certaines viandes, des fruits et légumes et même des poissons, crustacés et coquillages. Leur usage a été progressivement reconnu sur le plan juridique dans notre pays et codifié. Elles sont soumises à des règles plus ou moins contraignantes, en échange d'une appropriation collective par les producteurs et d'une protection publique forte. Cette protection est organisée par l'Etat au travers notamment de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), dont les attributions ont été étendues par la loi d'orientation agricole de 1999 à toutes les indications géographiques protégées.

Les producteurs sont de plus en plus nombreux à recourir aux indications géographiques pour que la qualité et l'origine de leurs produits soient identifiables. **Nombre de ces produits sont exportés : 85% des vins français par exemple et 80% des spiritueux exportés par l'Union Européenne portent une indication géographique. Les indications géographiques représentent désormais 15% du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires en France et le tiers de leur chiffre d'affaires à l'exportation.**

Si ces indications géographiques ont naturellement trouvé leur place dans une économie des échanges mondialisés, jouant au côté des marques d'entreprise le jeu traditionnel du commerce, elles font aussi partie de notre patrimoine gastronomique et culturel. C'est pourquoi les consommateurs de l'Union européenne sont très attachés aux indications géographiques.

Selon une enquête réalisée en 1999, 40% d'entre eux se disent prêts à payer 10% de plus pour des produits d'origine garantie. A ce titre, elles permettent la création de valeur ajoutée aux communautés rurales qui en bénéficient et se sont révélées être de véritables moteurs du développement en raison de l'importance des terroirs. **La filière des indications géographiques représentait 21% des agriculteurs français en 2001, soit 138 000 agriculteurs, sur un total de 657 000.**

Ces chiffres mettent en lumière les enjeux qui s'attachent au respect et à la promotion des indications géographiques au niveau international pour tous produits agroalimentaires et l'importance de défendre contre les usurpations et les atteintes de toute sorte, non seulement les produits qui portent des appellations d'origine, mais aussi le concept lui-même afin d'assurer sa pérennité eu égard aux objectifs de la politique agricole commune.

**L'objet de ce rapport est précisément, d'abord, de donner au Gouvernement des repères économiques sur la place des indications géographiques en France et leur poids par filière dans l'agroalimentaire, en faisant une place particulière aux vins, puisqu'ils représentent les trois quarts des indications géographiques** (compte tenu de la crise à laquelle ce secteur est confronté, il était inenvisageable à cet égard de ne pas s'interroger sur la pertinence de son système d'appellations). Je tiens ici à remercier Isabelle Knock-Méo, chargé de mission à la direction de la Communication du MINEFI, et Nicolas Crespelle, dirigeant de la société de conseil en stratégies « Affaires Publiques », dont les analyses sur ce sujet m'ont été particulièrement précieuses. **Il convient aussi d'identifier les risques et les défis auxquels ces indications géographiques sont confrontées pour survivre dans un univers commercial marqué par la standardisation et la banalisation des produits et des goûts.** Il est enfin nécessaire de cerner les enjeux internationaux de la défense, ou de la reconquête le cas échéant, de ces appellations, que le système européen soit contesté ou seulement mal compris par nos principaux partenaires, qui considèrent qu'il n'y a pas lieu d'étendre la protection née de l'accord sur les ADPIC (première partie).

Ensuite, et cela sera l'objet de la deuxième partie du rapport, il est apparu utile de proposer une grille de lecture sur les moyens engagés par les pouvoirs publics pour promouvoir les indications

géographiques à l'étranger, notamment dans les pays en développement, pour qui le choix des indications géographiques peut être utilement lié à une stratégie de développement, agricole notamment. Cette approche, nécessaire, n'en reste pas moins complémentaire de la nécessité de parvenir à un accord multilatéral, qui reste indispensable pour atteindre le niveau de protection approprié que l'Europe recherche au bénéfice de ses producteurs. Cet accord n'est toutefois pas le seul moyen de parvenir à cette meilleure protection qui peut et doit également être recherché par le biais d'accords bilatéraux ou régionaux déjà signés ou en cours de négociation.

Enfin, la troisième partie sera consacrée à l'exposé des propositions qu'inspirent le constat et les contraintes posées par la réalité du moment pour adapter et renforcer notre système d'indications géographiques, pour le rendre plus efficient et plus apte à assurer la promotion des produits de qualité à l'étranger, enfin pour amender utilement notre stratégie à l'OMC pour faire au mieux admettre nos points de vue et obtenir la meilleure prise en compte de nos intérêts économiques et commerciaux sur les marchés mondiaux.

## I. CONSTATS ET ENJEUX

L'origine ou la provenance géographique du produit est une notion qualitative fort ancienne en France, l'habitude ayant été prise depuis toujours de dénommer certains produits agricoles par la dénomination de leur lieu d'origine, c'est à dire l'endroit où ils ont été élaborés. En France, la notion de terroir est prédominante.

C'est dans le secteur du vin que la législation est la plus aboutie. **La loi du 1<sup>er</sup> août 1905 en a posé les fondements avant que la notion d'appellation d'origine contrôlée ne soit officiellement reconnue en 1935. L'appellation d'origine contrôlée a été ensuite étendue à l'ensemble des produits agricoles et alimentaires au début des années 1990.** Le droit communautaire inspiré du système français est d'origine plus récent puisque le **droit commun des signes européens de qualité et d'origine date de 1992** (règlement du Conseil n°2081/92 du 14 juillet 1992).

Il existe en France une segmentation importante des secteurs de production couverts par la notion d'origine géographique. Une large proportion de producteurs s'est engagée dans cette démarche, de sorte que les indications géographiques représentent aujourd'hui plus du tiers environ du chiffre d'affaires généré par les industries agroalimentaires, à l'exportation.

### 1.1. Le rôle des indications géographiques dans l'agriculture et l'agroalimentaire

Une littérature abondante met l'accent sur l'intérêt des produits alimentaires sous signes d'origine et de qualité pour **permettre notamment aux filières concernées et aux entreprises de développer des stratégies de différenciation et de bénéficier ainsi d'une valeur ajoutée plus importante.**

Quelle est l'importance économique en France de ces produits, objet de disputes et de contentieux dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce ? En l'état de la réglementation, quelle est la protection juridique dont bénéficient les indications géographiques ? Quels sont les défis auxquels les indications géographiques sont confrontées aujourd'hui ?

#### 1.1.1. Un poids économique et social important

##### 1.1.1.1. Situation et données

###### a) *La diversité des sources d'information*

Les sources d'information en France sur les signes de qualité et d'origine sont diverses et différents organismes sont chargés de leur collecte (INAO – CERQUA – CEPRAL<sup>2</sup>). Cette situation conduit à un manque de cohérence entre différents systèmes d'information (comparaisons, données consolidées...).

Il n'existe pas de fichier unique et homogène (Label et CCP à la direction de la production et des échanges internationaux du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation de la Pêche et des Affaires Rurales<sup>3</sup>; AOC et IGP à l'INAO). Les seules données disponibles, par ailleurs, datent de 2001, le premier recensement des signes d'origine et de qualité effectué à la demande du ministère de l'Agriculture par le Conseil Economique et Social ayant été réalisé en 2002. Ainsi que le souligne certains auteurs<sup>4</sup>, **« il n'existe pas d'observatoire global des signes de qualité ; au moment où le développement des filières de qualité devient une des priorités de la politique agricole, un tel**

---

<sup>2</sup> CERQUA : Centre de Développement des Certifications de Qualité Agricole et alimentaire - CEPRAL : association des organismes certificateurs pour la promotion des systèmes de certification de produits du secteur agroalimentaire.

<sup>3</sup> MAAPAR

<sup>4</sup> Revue Economie rurale n°258 juillet-août 2000 « importance économique des filières agroalimentaires de produits sous signes officiels de qualité » (Louis Lagrange – Hervé Briand – Laurent Trognon)

**outil paraîtrait souhaitable pour mesurer les effets des politiques de développement appliquées à ces filières, mais surtout pour faciliter leur pilotage »<sup>5</sup>.**

*b) Les données*

Au niveau européen, il existe actuellement, selon l'INAO, 379 appellations d'origine et 247 indications géographiques protégées, plus 1 500 appellations viticoles environ.

**La France, dans l'Union Européenne, est le premier pays concerné par les indications géographiques avec un total de 140 appellations ou indications d'origine enregistrées au niveau communautaire (*annexe*) hors appellations viticoles. L'Italie arrive ensuite avec 118 indications géographiques protégées, devant le Portugal (80), la Grèce (78), l'Espagne (67), l'Allemagne (65), le Royaume-Uni (25) et l'Autriche (12).**

**Les autres pays Etats membres, ensemble, ne totalisent qu'un vingtaine d'indications géographiques protégées au niveau communautaire, le dernier de la classe étant la Finlande avec une seule appellation protégée concernant une pomme de terre du nom de « Lapin Puikula ».**

**On mesure à l'aune de ce détail, l'intérêt relatif d'un certain nombre de pays de la Communauté dans le débat sur les indications géographiques. Il y a une perception très différente entre l'Europe du Nord (au mieux indifférente, au pire qui ne voit pas l'intérêt des indications géographiques) et l'Europe du Sud qui cherche à faire reconnaître un statut particulier aux indications géographiques.**

La filière des indications géographiques représentait 21% des agriculteurs français en 2001, soit 138 000 agriculteurs.

**Le vin (467 appellations viticoles) et les fromages (47 appellations) restent les leader incontestés des indications géographiques françaises, avec 86% du chiffre d'affaires des indications géographiques (13,5 Mds € pour les vins et 2 Mds pour les fromages en 2001). Les autres produits classés sous la catégorie communautaire des Indications Géographiques Protégées (IGP), c'est-à-dire essentiellement les produits sous Label (volailles, viandes....) réalisent un chiffre d'affaires non négligeable d'un milliard d'euros (68 produits).**

Les autres appellations de produits agroalimentaires (olives et huiles d'olive, fruits et légumes, viande, miel, condiment, fourrage....) représentent quant à elles un chiffre d'affaires de 150 M€.

**Le secteur des indications géographiques représente 15 % de la valeur de la production totale de l'industrie agroalimentaire et les filières sous signe d'origine bénéficient d'une progression plus rapide de leur chiffre d'affaires que la filière agricole traditionnelle.** Entre 1997 et 2001, la progression du chiffre d'affaires des indications géographiques aura été de 6,8%, tandis que celle de la filière agricole traditionnelle n'aura été que de 0,7%.

La capacité d'absorption du système des indications géographiques, selon certains auteurs, serait toutefois largement atteinte, notamment dans les secteurs des vins et des volailles. D'autres prédisent que dans les prochaines années, un agriculteur sur trois pourrait à terme être concerné par ces productions. La vérité se trouve vraisemblablement entre les deux ; et l'on devrait assister, si l'on se réfère notamment aux objectifs de la réforme de la politique agricole commune adoptée en 2003, au développement de nouvelles appellations, peut-être d'ailleurs plus sur des marchés de niche, dans une optique de développement rural.

#### **1.1.1.2. Avantages économiques et sociaux des indications géographiques**

---

<sup>5</sup> Recommandation – cf. Partie III

Cette démarche qui consiste pour les agriculteurs à identifier au moyen de signes la qualité et l'origine de leurs produits se veut évidemment propre à faire connaître du consommateur les conditions particulières de production qu'ils respectent. La démarche consiste à faire vendre en faisant appel à la réputation. Mais ce n'est pas le seul intérêt. En effet, le choix des producteurs est aussi de mieux valoriser leurs productions et d'en tirer un meilleur prix.

**De plus, l'appropriation collective du signe par les producteurs et le transfert à l'Etat de la défense des Appellations d'Origine et Indications Géographiques Protégées offrent à ces productions de n'être ni « opéables, ni délocalisables » pour reprendre l'expression utilisée par M. Mauguin, directeur de l'INAO, dans un article de presse<sup>6</sup>, autrement dit de ne pas pouvoir être expatriées, à la différence d'une marque d'un industriel.**

Pour l'Etat, elle est un des éléments de réponse à un objectif de développement du monde rural.

*a) Un outil de création de valeur*

Une étude récente du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation de la Pêche et des Affaires Rurales met en relief les gains supplémentaires offerts aux producteurs engagés dans une démarche d'appellations d'origine. L'accent est mis sur trois caractéristiques propres aux indications géographiques qui méritent d'être soulignées :

- le prix de vente des produits sous indications géographiques est supérieur au prix des produits similaires, **jusqu'à 230% sur les vins et 30% sur les fromages** [cet écart important rémunère les contraintes de production et le signal qualité au consommateur] ;
- l'obtention de l'agrément « indication géographique » permet de **créer de la valeur** du fait d'un **accroissement de la production** d'une part, et de **la valeur des terres** qui portent l'indication géographique d'autre part ;
- les producteurs primaires (agriculteurs) bénéficient pleinement de leur participation à une production sous indication géographique en tirant un prix supérieur de leurs produits intermédiaires. A ce titre, l'on peut dire que **l'indication géographique rémunère mieux le producteur que la marque puisque le prix d'achat au producteur dans le cas d'une AOC est supérieur.**

Les indications géographiques permettent donc un **partage plus équitable de la valeur ajoutée** en direction de l'amont (des producteurs). L'intérêt de la démarche convainc facilement, mais elle se double d'un autre intérêt qui intéresse plus encore l'Etat : la redynamisation de l'espace rural et l'aménagement du territoire.

*b) Une fonction de dynamisation de l'espace rural*

Elle ressort dès l'origine du préambule du règlement du Conseil n°2081/92 du 14 juillet 1992 et a été repris par la suite comme un leitmotiv dans les réformes de la politique agricole commune successives : « *considérant que dans le cadre de la réorientation de la politique agricole commune, il convient de favoriser la diversification de la production agricole afin de réaliser sur le marché un meilleur équilibre entre l'offre et la demande, et que la promotion de produits présentant certaines caractéristiques peut devenir un atout important pour le monde rural, notamment dans les zones défavorisées ou éloignées, en assurant, d'une part l'amélioration du revenu des agriculteurs et d'autre part, la fixation de la population rurale dans ces zones* ».

Cette fonction de dynamisation de l'espace rural est tout à fait vérifiable. Ainsi, en France, entre 1997 et 2001, **le nombre de producteurs sous indications géographiques s'est accru de 14%, tandis que sur la même période le nombre total d'agriculteurs baissait de 4%.**

L'exemple du fromage d'appellation d'origine Comté mérite d'être cité pour illustrer cet impact et

---

<sup>6</sup> Le Monde – mardi 24 février 2004

L'on retiendra trois affirmations tirées d'une étude réalisée par le MAAPAR :

- le maintien d'une activité d'élevage traditionnel et rentable sur la zone d'AOC Comté a permis d'une part de limiter l'exode rural sur la zone, avec presque deux fois moins de départ que dans la zone non AOC ;
- le nombre d'emplois équivalent à temps plein par litre de lait collecté est, dans la filière, cinq fois supérieur que dans la filière Emmental (3 ETP contre 0,6) ;
- le Comté, comme produit traditionnel, contribue à attirer les touristes dans la région et entraîne le développement des activités de restauration et d'hôtellerie.

L'appellation d'origine constitue donc un véritable outil de développement économique et social et relève aussi d'une politique de soutien aux zones rurales<sup>7</sup>.

Le législateur a reconnu officiellement dans la loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999 la multifonctionnalité de l'agriculture : « *les agriculteurs contribuent en même temps à la production agricole, à la protection et au renouvellement des ressources naturelles ainsi qu'à l'équilibre du territoire et de l'emploi* ».

Celle-ci a trouvé sa traduction juridique dans la mise en place de contrats territoriaux d'exploitation (CTE) qui prévoyaient au profit des agriculteurs un dispositif d'incitation à la mise en œuvre d'une démarche qualité. Les contrats d'agriculture durable qui remplacent désormais les CTE vont dans la même direction.

Selon certains auteurs, la reconnaissance de cette multifonctionnalité de l'agriculture invite à envisager des filières « territorialisées », passant de façon privilégiée par les signes d'identification des produits agricoles et agroalimentaires, et soulevant de nouveaux enjeux relatifs au développement localisé. En fait, les réflexions autour de ce thème ne font que commencer et pourraient déboucher sur une affirmation du rôle plus grand que les Régions pourraient peut être jouer en matière de certifications de la qualité et de l'origine.

Certains organismes (Instituts Régionaux de la Qualité Agroalimentaire<sup>8</sup>) semblent être ainsi prêts à jouer un rôle plus actif, leurs fonctions essentielles relevant aujourd'hui de missions d'appui à des projets qualité, de veille et d'information technique, économique et juridique sur la qualité et la sécurité alimentaire en direction de leurs adhérents.

Les IRQUA réalisent, par ailleurs, des actions de communication collective sur les produits régionaux de qualité. L'IRQUA Normandie a ainsi mis en place deux démarches de ce type : « *Bienvenue à la ferme* », réseau d'agriculteurs proposant l'accueil au sein de leur exploitation, et les réseaux « *Démarches terroirs* » qui mettent en avant une qualité gustative du produit (il s'agit en fait de signatures collectives de qualité).

**On le voit, le champ de réflexion est grand et il y a certainement tout lieu d'approfondir les synergies pouvant se mettre en place entre les échelons nationaux et locaux afin d'asseoir l'ensemble des démarches « qualité » dans un cadre rénové prenant mieux en compte l'approche territoriale<sup>9</sup>.**

### **1.1.2. Une réglementation complexe qui assure une protection encore imparfaite au niveau international**

---

<sup>7</sup> Comme le souligne l'INAO dans une note interne en date du 27/01/2003 relative aux enjeux de la protection internationale des indications géographiques, « *ce système permet de préserver certaines productions qui, en l'absence d'encadrement et d'identification, pourraient ne plus trouver leur place sur le marché. Cela conduirait à l'abandon de certaines parties du territoire dont l'exploitation est difficile. Ce faisant, on préserve également un patrimoine national en permettant le maintien d'usages, de traditions et de terroir* ».

<sup>8</sup> ou IRQUA. Ce sont des associations de loi 1901. Il n'en existe pas toutefois dans toutes les Régions.

<sup>9</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

La loi a confié à l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) la responsabilité de gérer l'ensemble des indications géographiques. Droit communautaire et droit français se complètent et les signes d'origine peuvent se cumuler, sans toutefois que l'utilisation des signes communautaires ne soit rendue obligatoire, ce qui rend le système relativement complexe.

#### 1.1.2.1. Une réglementation communautaire récente

a) *Un compromis délicat qui reflète les divergences d'approches au sein même de l'Union Européenne*

*Les raisons historiques et socio-économiques*

**On peut dater de la fin des années 1980, la genèse de cette réglementation communautaire, au moment où la Commission européenne publie le rapport sur « L'avenir du monde rural », dont le but est de promouvoir une politique qui protégerait la référence à l'origine géographique des produits alimentaires, largement inspirée du système français.** Une série de textes adoptés au début des années suivantes a concrétisé cet objectif. **C'est le cas du règlement n°2081/92 du 14 juillet 1992** concernant la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et denrées alimentaires.

L'adoption de ce texte a suscité à l'époque de vives discussions entre les Etats membres partagés sur l'intérêt d'un tel dispositif. La France et l'Allemagne, notamment, avaient des systèmes fort différents, le modèle allemand étant fondé sur la simple indication de provenance, c'est à dire sans aucun lien spécifique avec une démarche de qualité<sup>10</sup>.

Les pays Nordiques, par ailleurs, influencés par le droit des marques étaient marginalement concernés par la démarche d'origine. Ils le restent encore aujourd'hui. Les raisons ne sont pas difficiles à identifier. En Europe du Nord, prédominent les industries de moyenne ou grande taille, dont la stratégie consiste à valoriser leurs marques commerciales privées, tandis que dans les pays latins ou méditerranéens, les industries agroalimentaires sont très atomisées avec de nombreuses petites entreprises impliquées dans la production de produits typiques : une marque collective (AO – IG) est souvent leur unique possibilité d'acquérir une visibilité sur le marché.

On peut dès lors supposer que l'absence de caractère obligatoire de l'usage des signes communautaires est l'expression d'une dose de libéralisme forcée de la part des autorités communautaires contraintes de laisser subsister les signes nationaux.

Le débat n'est pas clos et les disputes perdurent aujourd'hui, de sorte que les Etats membres ne présentent même pas un front uni dans les négociations multilatérales sur le sujet des indications géographiques. La législation communautaire, de l'avis des spécialistes, ne serait pas encore stabilisée. L'Europe est donc autant divisée que le monde en général sur les indications géographiques.

*Le débat reste ouvert*

Des conflits non résolus perdurent au sein de la Communauté. Il en est ainsi du dossier de la Feta dont la reconnaissance par la Commission européenne comme appellation d'origine protégée pose de très nombreux problèmes qui vont bien au delà du débat sur ce seul produit, mais concernent l'ensemble des appellations d'origine. Produit sur tout le territoire de la Grèce continentale sans distinction de terroir et de climat, certains Etats membres (Danemark) contestent cette reconnaissance exclusive à la Grèce et les conditions dans lesquelles cet agrément a été donné.

Cette querelle intracommunautaire dépasse les frontières de l'Union Européenne lorsqu'il s'agit

---

<sup>10</sup> C'est la raison pour laquelle il a été nécessaire de créer deux niveaux de références géographiques : l'appellation d'origine et l'indication géographique. Si pour les produits agroalimentaires, il est toujours possible d'utiliser des indications de provenance simples, cette liberté est de plus en plus encadrée par des dispositions réglementaires qui confortent la position des différentes indications géographiques reconnues en assurant leur protection.

d'adopter une position commune sur les indications géographiques, celle-ci reflétant toujours un compromis entre ces deux tendances au sein de l'Europe.

Certains nouveaux pays adhérents devraient certes à l'avenir venir grossir le rang des partisans des indications géographiques (Hongrie, République Tchèque notamment), mais l'opposition traditionnelle entre pays du Nord et du Sud demeurera.

*b) Le système des appellations d'origine et des indications géographiques protégées*

Le règlement n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires distingue deux notions : l'appellation d'origine protégée et l'indication géographique protégée. Ces deux notions se séparent seulement par la nature forte ou moins forte du lien du produit avec son origine géographique.

**L'appellation d'origine protégée (AOP) est le nom d'une région, d'un lieu déterminé qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu géographique déterminé, et dont la qualité ou les caractères particuliers sont dus exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.**

**L'indication géographique protégée (IGP) est le nom d'une région, d'un lieu déterminé qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu géographique déterminé, et dont une qualité déterminée, une réputation, ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et dont la production ou la transformation ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.**

Une troisième distinction existe : **L'attestation de spécificité**. On la citera uniquement pour mémoire car elle ne fait pas référence à l'origine. **Elle se traduit par l'attribution d'une mention « Spécialité Traditionnelle Garantie »**. Cette mention a pour objet de mettre en valeur une composition traditionnelle du produit, ou un mode de production traditionnel. C'est le cas par exemple du veau élevé sous la mère, du porc fermier ou du cidre bouché. Un produit bénéficiant d'une attestation de spécificité peut être fabriqué partout dans la Communauté<sup>11</sup>.

**Il convient de noter que ces définitions s'appliquent aux seuls produits agroalimentaires.**

Les vins relèvent d'un régime spécial reposant sur l'organisation commune de marché et le règlement n°1493/99 du Conseil du 17 mai 1999 : les dénominations géographiques sont en principe réservées aux vins de qualité produits dans une région déterminée.

Au terme de l'annexe VI (A. 3 et 4) du règlement précité, « *la région déterminée est désignée sous son nom géographique. Ce nom, désignant une région déterminée, doit être suffisamment précis et notoirement lié à l'aire de production afin que les confusions soient évitées* ».

Les spiritueux sont soumis à un autre règlement du Conseil (règlement n°1576/89 du Conseil du 29 mai 1989) qui établit les règles générales relatives à la désignation des boissons spiritueuses. Celles-ci sont d'ailleurs considérées comme des produits industriels.

*Le cas de la Feta*

Comme il a été rappelé la reconnaissance exclusive à la Grèce de la dénomination 'Feta' pose problème. Cet exemple illustre d'ailleurs parfaitement bien les enjeux et les problèmes posés par le

---

<sup>11</sup> Selon certains auteurs, l'attestation de spécificité est en « panne ». Mi-2002, il n'y avait à peine que 14 attestations délivrées. Afin de donner à cette protection un rôle mieux défini, plus attractif et efficace, le besoin d'une réforme du règlement n°2081/92 pourrait être examiné (**Recommandation – cf. Partie III**)

règlement n°2081/92. La dénomination 'Feta' a été reconnue pour la première fois par le règlement n°1107/96 du 12 juin 1996. Contesté puis annulé, ce règlement a été remplacé par le règlement n°1829/2002 qui, sur des bases différentes, atteint un résultat exactement identique. Ce dernier règlement est aujourd'hui contesté par divers acteurs (Etats, groupements professionnels, entreprises) à la fois devant la CJCE et le TPI.

Le problème que soulève cette reconnaissance exclusive est double.

Il est d'abord juridique. En effet, il s'agit de savoir si le terme 'Feta' est générique ou non. S'il l'est, aucune AOP ne pourrait être reconnue à la Grèce. S'il ne l'est pas, l'AOP *devrait* alors être reconnue à la Grèce. Est-ce donc justifié d'accorder l'AOP Feta à la Grèce ?

Il est ensuite politique. La Commission a voulu rétablir certaines inégalités de la PAC au profit de la Grèce. En effet, la production danoise de Feta a largement profité des aides européennes. Les avantages économiques liés à une AOP sont non négligeables et la Grèce pourrait en tirer largement partie. Mais comme l'a rappelé la CJCE : la Commission n'a pas tenu compte de la situation dans les autres Etats membres. La France, le Danemark et l'Allemagne sont en effet de gros producteurs de Feta, où ce terme est considéré comme générique pour le fromage de brebis.

Cette dimension politique s'inscrit aussi dans le cadre des négociations à l'OMC. En effet, les Etats-Unis, les pays d'Afrique du Nord et la Turquie font une très grande consommation de Feta. Près de la moitié de la production de Feta se fait en dehors de l'Union Européenne. Est-il alors opportun de protéger une dénomination qu'aucun de nos partenaires commerciaux ne voudra reconnaître ? Est-il souhaitable d'accorder l'AOP Feta aux seuls producteurs grecs ?

Il ne sera pas possible de défendre une position à l'OMC tant qu'au sein même de l'Union Européenne la situation ne s'est pas très nettement clarifiée.

Suite à l'annulation de son premier règlement, la Commission a lancé une vaste consultation dans l'Union. Elle a ensuite transmis les éléments ainsi rassemblés au Comité Scientifique. Il a rendu un avis, qui ne liait pas la Commission mais qu'elle a néanmoins décidé de suivre. Cet avis se fondait sur une appréciation totalement subjective de la généricité du terme 'Feta'. En se plaçant du point de vue du consommateur, le Comité a reconnu que la Feta est immanquablement associée à une origine grecque et que les emballages font presque toujours allusion à la Grèce. De plus, la Grèce est le plus gros producteur mondial de Feta. Par conséquent, le Comité a conclu que le terme 'Feta' n'est pas générique. La subjectivité de l'approche est bien sûr limitée. En effet, un tel raisonnement permettrait-il à l'Italie de demander une AOP pour le terme 'Pizza' ? La Feta est néanmoins redevenue une AOP.

La Commission refuse donc la généricité du terme Feta parce qu'elle est principalement produite en Grèce et que le terme renvoie à une origine grecque. Or, selon le règlement n°2081/92, cela ne saurait exclure le caractère générique de la dénomination en cause : doit être considéré comme générique le « *nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire qui, bien que se rapportant au lieu ou à la région où ce produit agricole ou cette denrée alimentaire a été initialement produit et commercialisé, est devenu le nom commun d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire* » (article 3, § 1, alinéa 2 du règlement). D'ailleurs, dès 1996, l'avocat général La Pergola précisait dans ses conclusions que le terme 'Feta' n'est jamais devenu générique car, pour lui, ce terme n'a jamais été spécifique, il a *toujours* été générique. La raison en est simple, aucune région de Grèce ne peut se prévaloir d'avoir « inventé » la Feta.

Il faut noter que l'AOP Feta s'étend sur tout le territoire grec, ce qui fait de cette AOP la plus vaste qui existe dans l'Union. L'aire géographique semble contraire à plusieurs articles du règlement de 1992, en ce qu'elle concerne tout la Grèce. Le cahier des charges ne garantit pas une homogénéité suffisante (art 2 de ce règlement). Or, la protection AOP exige un lien particulièrement étroit entre le produit et sa zone de production. Il semble évident que, pour la dénomination 'Feta', la zone géographique est beaucoup trop vaste pour présenter des conditions environnementales homogènes.

Sans préjuger des décisions de la Cour et du TPI, il convient d'envisager quelles pourraient être les alternatives satisfaisantes. Comme il a été souligné, la Commission souhaitait faire un geste en faveur des producteurs grecs. En agissant ainsi, la Commission a détourné la finalité des appellations d'origine. Une solution adéquate devrait permettre de corriger les inégalités vis-à-vis de la Grèce tout en conservant les avantages acquis des producteurs non-grecs de Feta.

L'exemple du camembert est éclairant et il convient de le suivre. Pour ce fromage, il existe une norme au *Codex Alimentarius*, ce qui signifie que tout le monde peut en fabriquer, sous réserve de respecter un cahier des charges minimal. Néanmoins, il existe une AOC « Camembert de Normandie », qui désigne un produit dont le cahier des charges, strictement défini, est garant de qualité. Le même dispositif est envisageable pour la Feta. D'autant plus que, en 1986, la Grèce avait fait une demande au *Codex Alimentarius*, c'est-à-dire que la Grèce avait accepté la généralité du terme 'Feta' à condition de respecter des règles minimales de fabrication.

Dans cette perspective, il a été proposé qu'une AOP 'Feta de Grèce' coexiste avec la simple mention 'Feta', sur le modèle adoptée pour le camembert ou la mozzarella (il existe une AOP « *Mozzarella di Bufala Campana* » au lait de bufflonne de la région de Campanie).

La solution proposée ci-dessus pourrait être l'objet d'un compromis satisfaisant pour tous. Compromis d'autant plus important que si le règlement contesté est annulé, la négociation avec le Gouvernement grec sera impérative. En effet, la procédure d'enregistrement dite « simplifiée » qui avait prévalu jusqu'alors a été abandonnée. Elle ne permettait aucun recours préalable à la décision de la Commission.

Cette solution pourrait être couplée avec la création d'une mention « Spécialité Traditionnelle Garantie ». Cela serait particulièrement pertinent pour les autres producteurs de Feta dans l'Union Européenne. La STG ne permet pas de reconnaître une provenance mais une composition traditionnelle ou un savoir-faire traditionnel. Les producteurs de Lozère trouveraient un avantage certain à la création d'une STG 'Feta'.

Plus largement, le cas de la Feta démontre que l'Union Européenne s'entende d'abord sur ce sujet pour défendre une position cohérente à l'OMC. L'Union Européenne veut promouvoir le système des appellations d'origine dans cette enceinte mais elle n'apparaîtra pas crédible si elle n'est pas capable d'adopter, en interne, un compromis sur ce sujet. Par ailleurs, mieux vaut un système mondial de protection des appellations d'origine qui ménage certains droits acquis par des producteurs hors Union Européenne.

c) *L'étendue de la protection communautaire*

Le préambule du règlement n°2081/92 prévoit que « ***pour bénéficier d'une protection dans tout Etat membre, les indications géographiques et les appellations d'origine doivent être enregistrées au niveau communautaire*** ». **Cette procédure d'enregistrement d'une AOP ou d'une IGP est du ressort de la Commission européenne en étroite liaison avec les Etats membres.**

L'initiative de la demande d'enregistrement revient aux professionnels qui doivent se grouper pour le faire. Le produit est défini dans un cahier des charges devant comprendre les éléments prévus dans le règlement européen. Les demandes sont étudiées au niveau national d'abord (INAO), puis transmises à la Commission. Ces procédures aboutissent à un enregistrement communautaire et à une protection juridique, dans tous les Etats membres, de chaque dénomination enregistrée.

Les énumérations de l'article 13 du dit règlement précisent l'étendue de la protection établie pour lutter contre toute forme d'utilisation commerciale abusive ou d'usurpation permettant de profiter de la réputation de la dénomination protégée ou susceptible d'induire le public en erreur quant à l'origine

du produit<sup>12</sup>.

En ce qui concerne les vins, la protection des dénominations géographiques relève des dispositions décrites dans l'organisation commune de marché. D'une manière générale, ces termes ne « *peuvent être utilisés pour la désignation, la présentation et la publicité d'une boisson autre qu'un vin ou d'un moût de raisins qu'à la condition que tout risque de confusion sur la nature, l'origine ou la provenance et la composition de cette boisson soit exclu* ».

Dans les faits, chacun se réfère plus facilement dans les discussions au règlement AOP/IGP mais, dans sa stricte application, l'on voit qu'il ne concerne pas les vins, ni d'ailleurs les spiritueux. Sur le plan des principes, on peut regretter ce manque d'unité source de confusion et peut être de malentendus, notamment vis à vis de nos partenaires extérieurs.

**Il convient de retenir, pour simplifier, qu'en France, les produits d'Appellation d'Origine Contrôlée peuvent accéder à l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) et ceux bénéficiant d'un Label ou d'une Certification de Conformité à l'Indication Géographique Protégée (IGP).**

#### **1.1.2.2. L'édifice français des signes de qualité et d'origine s'est mis en place progressivement**

Le système communautaire ne remet pas en cause les différents systèmes nationaux d'identification de qualité et d'origine préexistants. La réglementation européenne n'a pas conduit ainsi à la création de nouveaux signes de qualité au niveau français, mais à l'articulation des outils de protection européens avec le dispositif des AOC. De plus, l'emploi des catégories communautaires n'est pas de surcroît, comme nous l'avons déjà dit, obligatoire. Force est de constater que les consommateurs doivent certainement s'y perdre.

**En France, la politique de reconnaissance et de défense des Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) relève de l'Institut National des Appellations d'Origine. Les garanties officielles de qualité (Label Rouge, Certification de Conformité, Agriculture Biologique,) sont délivrées sur avis de la Commission nationale des labels et des certifications de produits, dont le MAAPAR assure le secrétariat.**

##### *a) L'appellation d'origine contrôlée (539 AOC, dont 467 appellations viticoles)*

Le concept d'appellation d'origine contrôlée (AOC) est le plus ancien des signes officiels d'identification. Il a été formalisé dans le secteur viticole en 1935, année de la création de l'INAO, dans un contexte de crise viticole du phylloxera. L'AOC a été étendue pour les fromages en 1955 et ensuite pour les autres produits (1990). L'AOC a une nature juridique totalement distincte de la marque. C'est une véritable institution et, comme toute institution, elle bénéficie de prérogatives, en particulier celle de bénéficier d'une protection publique distincte.

**L'appellation d'origine désigne un produit originaire d'une région ou d'un lieu déterminé, et**

---

<sup>12</sup> Article 13 du règlement n° 2081/92 du Conseil: « *Les dénominations enregistrées sont protégées contre toute :*  
- *utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée pour des produits non couverts par l'enregistrement, dans la mesure où ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou dans la mesure où cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée ;*  
- *usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que « genre », « type », « méthode », « façon », « imitation » ou d'une expression similaire ;*  
- *autre indication fautive 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, ainsi que l'utilisation pour le conditionnement d'un récipient de nature à créer une impression erronée sur l'origine.*  
- *autre pratique susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit.*  
*Lorsqu'une dénomination enregistrée contient en elle-même le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire considéré comme générique, l'utilisation de ce nom générique sur les produits ou denrées correspondants n'est pas considérée comme contraire au premier alinéa point a) ou b). »*

**dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement à ce milieu géographique. Ce dernier comprend à la fois des facteurs naturels (le terroir) et des facteurs humains (le savoir-faire).**

Pour être reconnu en AOC, le produit doit provenir d'une aire de production délimitée, répondre à des conditions de production précises, posséder une notoriété dûment établie, et faire l'objet d'une procédure d'agrément menée par l'INAO.

L'INAO devrait d'ailleurs bientôt voir ses missions s'élargir et devenir l'Institut national de l'origine et de la qualité. **Une prochaine loi pourrait compléter le nombre de ses comités, lui permettant ainsi d'incorporer ou de se substituer à la Commission nationale des labels. Il pourrait aussi se voir confier le label AB mais des négociations sont encore en cours.**

L'AOC est un outil de protection, puisque le nom géographique reconnu en AOC est réservé aux seuls produits répondant aux conditions ci-dessus. Mais c'est aussi un outil vivant, comme en témoigne les réflexions en cours sur le toilettage des conditions de production des AOC Camembert, Livarot et Pont-l'Évêque dans le sens d'une plus grande rigueur.

Viennent s'ajouter à la catégorie des AOC, d'autres signes d'identification dont la création est plus récente : le Label et la Certification de Conformité.

*b) Le Label Rouge (435 labels rouges)*

La notion de label agricole a été **mise en place à partir de 1960, pour des productions pour lesquelles le lien au terroir est moins évident que pour le vin**, et en réaction à une évolution des modes de production vers l'intensification. Le label agricole, couramment désigné sous le vocable « Label Rouge », qui est le nom de la marque collective qui identifie obligatoirement les produits, est une certification qui atteste que les produits possèdent des caractéristiques établissant un niveau de qualité supérieure qui les distingue des produits courants similaires.

Il s'est développé à l'origine principalement dans le secteur avicole, afin de différencier et de valoriser les productions de volailles à croissance lente (production extensive). Les volailles de Challans bénéficient, par exemple, du Label rouge. C'est le cas plus généralement des viandes qui proviennent d'animaux élevés sur un terroir. Proposé par une structure collective (producteurs et/ou transformateurs), le produit candidat au label doit apporter la preuve de sa qualité supérieure, fondée sur le respect d'un cahier des charges et des analyses sensorielles.

*c) La Certification de Conformité (299 référentiels)*

Ce nouvel outil mis en place en 1990 est le plus jeune des signes officiels de qualité. **Il atteste qu'une denrée alimentaire ou un produit agricole est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées portant, selon les cas, sur la fabrication, la transformation, ou le conditionnement.** Ces règles sont décrites dans un cahier des charges, qui peut être élaboré par une structure collective de producteurs ou un opérateur individuel (entreprise).

# LES SIGNES OFFICIELS DE QUALITE EN FRANCE

## L'appellation d'origine contrôlée



## Le Label Rouge



## La Certification de Conformité



## AB - Agriculture Biologique



## LES LOGOS EUROPEENS

### AOP - Appellation d'Origine Protégée



### IGP - Indication Géographique Protégée



### STG - Spécialité Traditionnelle Garantie



### AB - Agriculture Biologique



Le système est complexe à appréhender et réclamerait une amélioration de la lisibilité de tous ces signes, d'autant que se rajoutent aujourd'hui à la liste la mention « Agriculture Biologique », l'Appellation « Montagne » ou « l'Agriculture Raisonnée » qui est la démarche de qualité la plus récente que les agriculteurs se sont appropriés récemment<sup>13</sup> pour garantir au consommateur sécurité alimentaire et respect de l'environnement.

**Le ministre de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales a donné le coup d'envoi de cette « réforme » au mois de février 2004 en commençant par la mention Agriculture Biologique : le but, améliorer en particulier l'information du consommateur<sup>14</sup>.**

Elle ne concernera pas pour des raisons évidentes l'AOC. La situation du secteur vitivinicole nécessiterait certainement de revoir, dans un souci de lisibilité de l'offre pour le consommateur français, et surtout étranger, confronté à une absence de repères, le dispositif des dénominations géographiques actuel. Mais la réflexion est ailleurs au sein de l'INAO notamment, et des organisations professionnelles compétentes.

### **1.1.2.3. Une protection des indications géographiques encore imparfaite au plan international**

Les usurpations d'indications géographiques (AOP et IGP) sont relativement limitées sur le marché communautaire, compte tenu de la législation européenne.

C'est d'abord sur les marchés étrangers que ces indications géographiques sont principalement usurpées. **Avec un chiffre d'affaires à l'exportation de 6 Mds d'euros, les appellations d'origine françaises sont particulièrement visées.**

**Le droit international n'accorde qu'une protection limitée actuellement aux indications géographiques, la protection standard accordée aux indications géographiques autres que les vins et spiritueux ne se révélant pas suffisante pour être efficace.**

#### *a) La défense en France des indications géographiques*

Compte tenu de leur renommée et de la qualité des produits qui en bénéficient, les appellations françaises constituent une cible de choix pour les contrefacteurs étrangers. Certaines appellations sont particulièrement exposées (*Champagne, Cognac, Bordeaux, Beaujolais, Bourgogne*).

D'autres, pourtant moins exportées ou moins connues à l'étranger, subissent aussi des atteintes (*Lentille verte du Puy* en Australie, au Canada, en Allemagne, en Suède et en Islande, par exemple).

L'INAO a pour mission de contribuer à la défense des AOC et des IGP en France et à l'étranger. L'action de l'Institut qui a la personnalité juridique s'exerce en complément de celle menée par les professionnels, dont les syndicats disposent également de la capacité à agir pour la défense de leur appellation.

Le Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC) qui représente l'ensemble de l'industrie du Cognac est particulièrement actif en matière de contrôle et de protection de l'AOC à l'étranger (création de procédures et aide à la mise en place de corps de contrôle en matière de lutte contre les contrefaçons - formations aux techniques d'analyse et de détection des produits contrefaits, etc.).

**Les contentieux menés par l'INAO font apparaître des situations très variées selon les pays puisque, sauf dans les cas où il existe une convention internationale ou un accord bilatéral prévoyant une protection réciproque des appellations d'origine, chaque dossier est traité selon**

<sup>13</sup> Un rapport de M. Guy Paillotin sur la stratégie à adopter en matière d'agriculture raisonnée a été remis au ministre de l'Agriculture en février 2000.

<sup>14</sup> Trois principes guideront cette réforme : lisibilité du dispositif pour le consommateur, accessibilité de la démarche pour le producteur, simplicité des procédures (**Recommandation – cf. Partie III**).

**les spécificités du droit national applicable à la protection des indications géographiques.** Le niveau de protection accuse des différences très sensibles. Certains pays disposent de lois spécifiques pour les indications géographiques, d'autres recourent à la loi sur les marques ou à des règles de protection du consommateur, tandis que certains ne s'appuient que sur les usages ou les règles coutumières<sup>15</sup>.

Les actions ne prennent pas toujours une forme contentieuse : les accords amiables peuvent être également trouvés soit collectivement (l'accord en date du 21 décembre 1972 entre certaines maisons de Champagne et la *Japan Spirits and Liquor Makers Association*, qui protège l'appellation "Champagne" contre toute commercialisation sur le territoire japonais sous le nom "Champagne" de produits ne répondant pas à la réglementation française ou encore en Colombie), soit individuellement ce qui peut avoir un effet d'entraînement sur les autres opérateurs du pays.

Cet exemple montre que la protection ne se limite pas aux seules usurpations d'appellations pour des produits identiques mais permet une intervention dès lors qu'il y a un détournement de notoriété ou un risque de banalisation du nom de l'appellation d'origine.

*b) La protection internationale des indications géographiques*

L'on s'est préoccupé très tôt de fixer des règles internationales pour se protéger contre les pratiques déloyales. **C'est ainsi que l'on trouve une référence aux appellations d'origine dans le système de l'Union de Paris pour la propriété industrielle qui a longtemps été, et jusqu'à la création de l'OMC en 1994, le seul instrument multilatéral intéressant la propriété industrielle (Convention de Paris - 1883).**

Mais les conflits d'intérêts dans le cadre de l'Union de Paris n'aboutirent qu'à des règles peu développées, de sorte qu'il a fallu les compléter par des arrangements particuliers ne liant toutefois qu'une petite partie des pays de l'Union et leur retirant par conséquent toute vraie efficacité. Ces Arrangements sont toujours en vigueur. **Ils sont administrés par le Bureau international de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)<sup>16</sup>.**

**L'Arrangement de Madrid, signé en 1891, porte sur la protection des marques et la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses. Il concerne 32 pays.**

**L'Arrangement de Lisbonne, signé en 1958, ne regroupe quant à lui que 20 pays seulement<sup>17</sup>.** Il concerne la protection des appellations d'origine et offre la possibilité d'obtenir la protection dans ces seuls pays par une procédure d'enregistrement unique.

Certains pays, parmi lesquels la France, décidèrent par ailleurs de créer une institution internationale chargée spécifiquement de la défense du vin, très touché par les fraudes sur les appellations. Il s'agit de **l'Office international de la vigne et du vin (OIV)** établi par l'Arrangement de Paris de 1924. L'OIV regroupe 48 pays et dans l'ensemble, aujourd'hui, n'a qu'un rôle limité de proposition et d'études.

**Les Etats-Unis, qui en faisait partie, ont récemment quitté cette institution l'accusant d'être trop favorable aux intérêts de la France, selon le directeur de l'OIV.**

---

<sup>15</sup> Pour mener à bien cette action l'Institut opère une surveillance des dépôts de marques pour l'ensemble des AOC et des IGP. L'Institut intervient dès qu'il a connaissance d'un dépôt de marques usurpant une appellation, soit auprès de l'administration locale compétente soit directement auprès du déposant. Mais une usurpation ne repose pas nécessairement sur une marque. Le réseau constitué au fil des années (Missions économiques des Ambassades, avocats spécialisés) ou les informations données par les professionnels sont d'une utilité considérable.

<sup>16</sup> En 1974, l'OMPI est devenue une institution spécialisée des Nations Unies avec pour mandat d'administrer les questions de propriété intellectuelle reconnues par les Etats membres des Nations Unies. Elle a son siège à Genève.

<sup>17</sup> Algérie, Bulgarie, Burkina-Faso, Congo, Costa Rica, Cuba, France, Gabon, Haïti, Hongrie, Israël, Italie, Mexique, Portugal, République de Moldavie, République tchèque, Serbie et Monténégro, Slovaquie, Togo, Tunisie.

**L'accord sur les ADPIC a constitué un réel progrès en intégrant dans le droit international la défense des appellations d'origine et des indications géographiques.** La définition que donne l'accord est suffisamment large pour englober tous les termes communautaires : « *On entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique* ».

**L'OMC a donc absorbé aujourd'hui la quasi totalité du débat sur les indications géographiques.**

Si, dans ce domaine, des obligations positives sont mises à charge des membres qui doivent théoriquement prévoir des moyens juridiques de protection des indications géographiques, et, s'agissant des vins et spiritueux, des mesures administratives pour les faire respecter, le système n'est pas encore satisfaisant pour assurer une protection totale :

- **L'accord sur les ADPIC organise une protection à deux vitesses :**

- L'une relativement **étendue** pour les vins et spiritueux, les noms de vins et de spiritueux devant en principe être protégés même si les consommateurs ne peuvent en aucune façon être induits en erreur ou s'il n'y a aucun risque de concurrence déloyale (article 23) ;
- L'autre, **standard**, prévoyant que les indications géographiques doivent être protégées simplement afin de ne pas induire le public en erreur et d'empêcher la concurrence déloyale (article 22), ce qui ouvre la porte à une grande incertitude juridique, des juges pouvant aboutir à des décisions différentes sur la question de savoir si le public a été induit en erreur.

- **Il demeure incomplet :**

**Le système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux n'a pas encore été créé (article 23.4).** Les négociations visant à l'établissement de ce registre pour les vins et les spiritueux ont commencé en juillet 1997. La Déclaration de Doha avait fixé une échéance pour l'achèvement des négociations, soit la cinquième Conférence ministérielle en 2003. La date est donc dépassée.

- **Il légitime des usurpations anciennes :**

L'article 24 de l'accord sur les ADPIC prévoit un certain nombre d'**exceptions** à la protection des indications géographiques. Ces exceptions ont une grande importance dans le cas de la protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux. Les Membres ne sont pas tenus, en effet, de protéger une indication géographique qui est devenue le terme **générique** employé pour désigner le produit en question (paragraphe 6). Les mesures adoptées pour mettre en oeuvre ces dispositions ne doivent pas préjuger, par ailleurs, des droits antérieurs à une marque de fabrique ou de commerce qui ont été acquis de bonne foi (paragraphe 5).

Ces questions restent débattues à l'OMC dans le cadre du mandat de Doha et elles font l'objet d'aussi vives discussions que n'importe quel autre sujet. Pour l'instant, ces négociations n'ont pas vraiment repris (cf. deuxième partie du rapport).

## **1.2. Les limites actuelles du système**

Malgré leur succès, et la panoplie des moyens utilisés pour les protéger, les indications géographiques sont aussi attaquées indirectement.

La surabondance de l'offre de tradition dans laquelle s'est engouffrée la grande distribution ces dernières années, l'émergence de nouveaux critères de qualité nés des craintes des consommateurs face aux crises sanitaires à répétition viennent affaiblir les messages dont sont porteurs les signes de qualité et d'origine.

Dans le secteur des vins, les dangers viennent à la fois de l'intérieur (dérive du système des AOC) et de l'extérieur (concurrence de nouveaux producteurs), les débats dans la profession portent sur la validité du système qui permet d'identifier la vaste gamme des produits et la nécessité de clarifier l'offre.

Le besoin plus généralement de trouver à l'export un meilleur positionnement des produits agroalimentaires de qualité, ainsi que la nécessité d'aller expliquer à l'international la légitimité des indications géographiques et de leur accorder une protection encore plus efficace, sont d'autres difficultés auxquelles les indications géographiques doivent parallèlement faire face.

### **1.2.1. Les défis intrinsèques**

#### **1.2.1.1. Une offre surabondante de produits de tradition et la concurrence des marques commerciales**

##### *a) Les marques et les indications géographiques*

Les grandes entreprises de l'agroalimentaire et les distributeurs de produits alimentaires développent depuis longtemps des stratégies de différenciation de leurs produits fondées sur la notoriété de marques en faveur desquelles des moyens considérables sont mobilisés (recherche développement, innovation, marketing...).

**La marque est un signe distinctif, comme l'appellation d'origine. La différence essentielle est que la première est susceptible d'appropriation privée, ce qui n'est pas le cas de la seconde.**

Dans les faits, les marques coexistent avec les appellations d'origine. On peut même les trouver dans le même secteur de production agroalimentaire :

- la société Lactalis, un des premiers groupes laitiers français, détient par exemple dans sa gamme de produits des marques réputées, mais elle commercialise aussi 24 AOC fromagères françaises et même une italienne (le Gorgonzola) ;
- en matière vitivinicole, la marque peut coexister avec l'appellation, sur l'étiquette même. Marques et appellations d'origine sont donc complémentaires si l'on retient le cas des vins de Champagne, du Cognac ou de certaines grandes appellations, l'indication géographique venant dans ce cas valoriser la marque selon l'avis des professionnels.

**On le voit, la frontière entre les deux systèmes n'est pas tout à fait étanche et il convient certainement de ne pas opposer marques et indications géographiques.**

##### *b) Mais la distinction entre marques et indications géographiques tend à s'affaiblir*

Un certain nombre de facteurs nouveaux tend cependant à affaiblir la distinction entre ces deux catégories. Or l'économie du système repose sur le souci permanent d'éviter la confusion des consommateurs et de leur adresser un signal clair. Plusieurs facteurs conjugués peuvent aller à l'encontre de cet objectif.

Les industriels intègrent en effet de plus en plus dans leurs gammes, pour répondre notamment à la demande de sécurité des consommateurs sur l'origine dans un contexte de crises sanitaires récurrentes ces dernières années, des produits qui se réfèrent à l'image de la tradition, au caractère artisanal et même, dans certains cas, au terroir.

Cette tendance risque effectivement de brouiller les cartes, d'autant que les niveaux de qualité de ces produits industriels se sont parallèlement améliorés. La grande distribution n'est pas exempte de responsabilités dans ces évolutions puisqu'elle joue aujourd'hui un rôle clef dans la diffusion des produits.

Dans le face-à-face avec le producteur, elle occupe une position dominante qui tend à réduire la valeur ajoutée qui revient au producteur et à égaliser les rapports de prix entre les produits sous indications géographiques et les autres, annulant du même coup un de leurs critères majeur de distinction, le prix. **A cet égard, le risque est grand de voir les grandes surfaces imposer aux producteurs leurs propres cahiers des charges**<sup>18</sup>.

A ces risques identifiés qui peuvent conduire, si l'on n'y prend pas garde, à « étouffer » les indications géographiques, comme certains auteurs le prédisent sérieusement, **la concentration des réseaux de distribution pouvant constituer pour d'autres une « menace pour la diversité alimentaire »**<sup>19</sup>, s'ajoutent des enjeux nouveaux auxquels ces produits doivent répondre. Ces enjeux ont trait à l'émergence de nouveaux critères de différenciation de la qualité.

#### 1.2.1.2. L'émergence de nouveaux critères de qualité

Depuis une dizaine d'années, **les citoyens sont de plus en plus préoccupés en matière d'environnement et en matière de santé**, en particulier dans le domaine alimentaire. Les signes officiels de qualité et d'origine ainsi que la réglementation communautaire intègrent peu ces nouveaux critères, et pourtant, ils jouent de plus en plus dans l'acte d'achat du consommateur.

Les entreprises de l'agroalimentaire et surtout la grande distribution alimentaire sont bien sûr concernées et développent sur ces thèmes des stratégies fortes de différenciation des produits. Il suffit de se promener dans une grande surface pour s'en rendre compte.

Certains expliquent cela très bien<sup>20</sup> et vont même jusqu'à parler d'un processus de tertiarisation des filières agroalimentaires qui serait une autre étape après celle de la stratégie de différenciation de produits grâce à l'origine et la qualité poursuivie tout au long du siècle dernier :

*« Comme les autres secteurs de production de matières premières, l'agriculture est engagée dans un processus de tertiarisation qui se traduit par des prestations de service (protection de l'environnement, tourisme vert) et des produits – services, c'est à dire des produits conçus comme une solution à un problème. La production agricole ne se réduit plus aux seules productions qualifiées par les signes de qualité. De nouvelles compétences sont nécessaires pour rester compétitif ».* Cela est tout particulièrement vrai pour les produits intégrant une amélioration-santé (modification du rapport acides gras saturés et insaturés pour les malades atteints de troubles cardiovasculaires).

Il est certainement excessif de prédire l'avènement d'une nouvelle ère où les signes de qualité et d'origine pourrait quasiment disparaître au profit d'une nouvelle forme de service rendu par les agriculteurs à l'industrie, bien qu'en cette matière l'introduction des OGM serait susceptible de changer la donne. Mais il est certainement vrai d'affirmer que ces signes vont devoir s'adapter à un nouvel environnement et que les agriculteurs vont devoir apporter aux industriels les réponses qu'ils attendent pour satisfaire les besoins nouveaux ou les exigences nouvelles des consommateurs.

La question est de savoir si les indications géographiques, dont le système repose sur des normes

---

<sup>18</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

<sup>19</sup> Cf. annexe : courrier en date du 9 avril 2004 du directeur de l'ONILAIT (Office National Interprofessionnel du Lait et des Produits laitiers).

<sup>20</sup> Revue Economie et Sociétés, série système agroalimentaire, n°26, décembre 2003 : la tertiarisation des filières agroalimentaires (M. Jacques Nefussi, professeur à l'Institut National Agronomique de Paris Grignon).

collectives et sur des cahiers des charges rigides, doivent s'adapter ou pourront s'adapter : *« l'encadrement administratif des politiques de différenciation au moyen de signes officiels de qualité et d'origine laisse peu de marge de manœuvre aux acteurs de l'entreprise car les référentiels sont collectifs. Il est souvent reproché par ailleurs au système d'être trop centralisé<sup>21</sup> ».*

Les stratégies des grandes entreprises de l'agroalimentaire sont, quant à elles, beaucoup plus flexibles que les stratégies collectives pilotées par les professionnels et elles sont capables de s'adapter plus vite à ces nouvelles attentes des consommateurs et surtout d'organiser une promotion efficace de leurs produits.

Face à ces défis, le risque est grand de voir les indications s'effacer progressivement devant les marques d'entreprise et devenir un élément particulier de la gamme commerciale des producteurs industriels.

D'autres réflexions mériteraient par ailleurs des développements plus long mais elles intéressent la profession agricole dans son ensemble et non spécifiquement les indications géographiques, comme l'enjeu de la mise en œuvre de la traçabilité<sup>22</sup> et le cas des organismes génétiquement modifiés. **Quelle est la capacité aujourd'hui à injecter de la biotechnologie dans l'origine. Autrement dit, les AOC vont-elles admettre l'utilisation des OGM<sup>23</sup> ou des composants fabriqués à partir d'OGM.**

Face à ces enjeux auxquels les indications géographiques vont devoir répondre, il n'y a pas encore, semble-t-il, de réflexion approfondie au sein des administrations. Pour répondre à ces défis, le système devra vraisemblablement être réexaminé pour que les signes de qualité et d'origine ne deviennent pas une organisation figée et limitée à des marchés confidentiels.

#### **1.2.1.3. La dérive du système des AOC vitivinicoles**

De fait, durant cette mission, est immédiatement apparu que la filière vitivinicole était la première concernée, et surtout qu'il était inenvisageable, compte tenu de l'importance de ce secteur dans l'agriculture française (premier poste des exportations agroalimentaires de la France), et de la crise à laquelle elle est confrontée, de ne pas s'interroger sur la pertinence de son système d'appellations.

La qualité promise par une appellation doit effectivement être au rendez-vous : **les appellations sont des marques collectives. Faut-il rappeler que ce n'est pas l'appellation qui justifie la qualité des vins, mais la qualité des vins qui font l'appellation. En d'autres termes, certaines AOC, parce qu'elles ont trop souvent servi d'ombrelles à des produits qui ne les méritaient pas, n'offrent plus la garantie pour les consommateurs du respect de la qualité qu'ils attendent ;** il semble en effet que l'AOC soit davantage perçue comme un dû pour assurer le revenu des viticulteurs d'une aire d'appellation que comme un but à atteindre, une exigence à satisfaire.

Une AOC, ou une indication géographique protégée, c'est un terroir et des hommes. C'est le produit de la valorisation du potentiel d'une terre par la main de l'homme. Or, si un terroir, une terre peuvent appartenir à n'importe qui, le savoir faire qui consiste à la valoriser n'est pas universellement partagé. La limite de la force de la propriété collective d'un terroir et d'une appellation d'origine réside dans l'exigence et la discipline qu'acceptent de partager ceux qui en bénéficient. Il suffit que certains la transgressent en se reposant sur les efforts des autres, pour en brouiller l'image et en détruire l'aura. C'est ce qui s'est passé pour certaines AOC, et c'est ce qui oblige à réformer.

Telle est l'analyse de Nicolas Crespelle et Isabelle Knock-Méo, une analyse sévère certes mais réelle et pertinente et que je partage.

**Aujourd'hui, l'ensemble de la filière doit être repositionnée car les messages adressés aux**

---

<sup>21</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

<sup>22</sup> Depuis le 1er janvier 2005, les industries alimentaires doivent assurer la "traçabilité" des aliments en application d'un règlement européen adopté en 2002 (CE 178/2002 du 28/01/2002).

<sup>23</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

**consommateurs sont devenus totalement illisibles, au niveau national, et plus encore au niveau international. Le constat a été dressé depuis plusieurs années et il fait l'objet d'un relatif consensus<sup>24</sup> : la filière est prise entre le marteau d'un marché mondial et français devenu intensément concurrentiel, en surproduction structurelle, où le consommateur commande, et l'enclume du carcan d'une réglementation étouffante parce que faite par et pour les producteurs, qui lui interdit de produire les vins que le consommateur attend.**

La production française a consacré depuis 1935 la segmentation de l'offre de produits viticoles entre vins d'appellations (AOC) et autres vins. Or, depuis les années 1970 on assiste, avec plus de 460 appellations, à une **forte progression du système des AOC** qui couvrent aujourd'hui plus de 56 % de la production de vins français, encadrée par des réglementations et des limitations de production, contre seulement 10 % en 1960.

En outre, ce système réglementaire régit également, bien que de manière plus lâche, la catégorie inférieure des vins de pays divisée en plus de 150 catégories locales, départementales ou régionales.

Si les appellations d'origine constituent encore un formidable outil de valorisation consacrant des vins dotés d'une qualité incontestable et reconnue, les conditions de délivrance de l'AOC d'une part, de contrôle de la maîtrise des rendements d'autre part, se sont avérés insuffisamment rigoureux pour garantir la qualité de l'ensemble des vins mis sur le marché :

- le système des AOC n'a pas joué suffisamment son rôle de filtre : en accordant largement à partir des années 1970 une AOC à pratiquement tous les vignobles s'imposant une certaine discipline - **l'INAO, en cogestion avec les syndicats viticoles de producteurs n'éliminent en moyenne que 2 à 4 % des vins jugés** - on a ouvert très largement le champ d'application de ce système permettant de donner l'appellation à des vins de moindre qualité ;
- les contraintes réglementaires que chaque appellation s'est librement imposée n'ont pas toujours été respectées, leur contrôle s'avérant insuffisant. Ainsi, en viticulture, la qualité des vins exige une production fondée sur de faibles rendements : or, depuis 30 ans les rendements de base des AOC auraient été relevés de 10 % en moyenne. De surcroît, le contrôle du respect de ces limites réglementaires ne portent jusqu'à présent que sur "le rendement déclaré" lors de la déclaration de récolte, et non sur les quantités réellement produites sur une parcelle ; certains viticulteurs ont alors joué sur différentes parcelles pour réaliser une moyenne réglementaire en produisant trop sur les vignes les plus rémunératrices et moins sur les moins bons terroirs.

Il en résulte actuellement une grande diversité de l'offre française de vins difficile à cerner par les consommateurs et une confusion fréquente des catégories de vins : les AOC (dont la signification est ignorée par plus du tiers des consommateurs) sont souvent citées comme des vins de pays ou des marques. Or, si les appellations d'origine contrôlée ne constituent plus aujourd'hui "une garantie fiable de qualité", ni une garantie de constance organoleptique, elles ne constituent pas davantage une garantie d'échelle de prix et donc un système lisible pour le consommateur.

En effet, plus d'un tiers des vins d'AOC génériques, voire de gamme plus élevées, sont positionnées en concurrence directe avec des vins de pays et de cépage et certains, même, avec des vins de table.

Cette situation n'est pas compréhensible par les consommateurs dont elle brouille l'échelle des valeurs. En définitive, l'appellation d'origine contrôlée aujourd'hui ne constitue plus un gage fiable de qualité et d'authenticité, se traduisant dans une échelle de prix lisible par le consommateur. Elle est davantage perçue comme un dû pour assurer le revenu des viticulteurs d'une aire d'appellation que comme une exigence à satisfaire.

---

<sup>24</sup> Le lecteur peut se reporter au rapport du Sénateur César de juillet 2002

## **1.2.2. Les défis exogènes**

### **1.2.2.1. A la recherche d'un meilleur positionnement à l'export des produits agroalimentaires de qualité**

La France exporte 70% de sa production agricole et alimentaire vers l'Europe. 70% de ses exportations sont consacrées à 7 pays (Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Luxembourg, Royaume-Uni, Italie, Espagne). Or c'est peut être en Europe, zone riche de plus de 300 millions de consommateurs aisés, que la concurrence des grands pays producteurs est la plus rude. On assiste ainsi à un recul des exportations françaises ces dernières années combiné à une diminution des parts de marché<sup>25</sup>. La France serait aujourd'hui dépassée par les Etats-Unis, talonnée par les Pays-Bas et l'Allemagne. D'aucun considère qu'il est donc extrêmement urgent de réagir.

Les signes de qualité et d'origine sont-ils un mode efficace de promotion à l'étranger des produits alimentaires français de qualité ? Oui, si l'on se réfère au fait que les indications géographiques sont aujourd'hui surreprésentées à l'exportation par rapport à d'autres produits. Elles représentent, en effet, une part importante des exportations de l'industrie agroalimentaire de la France (6 Mds € en 2001 soit près du tiers).

Les indications géographiques seraient donc des signes crédibles et pertinents sur les marchés extérieurs. Certainement, mais force est de constater :

- que ce sont les AOC vins et spiritueux et produits laitiers (fromages) qui réalisent à eux seuls le chiffre d'affaires à l'exportation des indications géographiques et que cette valorisation à l'exportation des indications géographiques est donc purement artificielle ;
- que la présence sur les marchés extérieurs des autres produits (volailles, viandes, fruits et légumes, huile d'olive...) sous signes de qualité (labels notamment) reste encore marginale, ce qui souligne ce que peut avoir de relatif l'avantage commercial que leur confère ce signe de qualité et peut-être la nécessité de repositionner ces produits<sup>26</sup>.

La filière vitivinicole est confrontée actuellement à une crise qui impacte ses résultats à l'exportation dans des proportions très inquiétantes et c'est toute sa stratégie qui doit être repensée face à une concurrence à laquelle le secteur n'était pas préparé. Là aussi, un autre positionnement à l'exportation semble possible.

#### *a) Le débat général des produits agroalimentaires*

Aucune des réflexions que l'on a pu identifier sur la promotion des produits agroalimentaires de qualité, dans leur ensemble, n'a encore abouti. Aucune action véritable pour repositionner ces produits à l'international n'a été identifiée.

Différentes réflexions ont déjà été engagées, en particulier sur la nécessité de couvrir les produits agroalimentaires par une marque fédératrice de l'image de la France. La promotion semble, d'autre part, être le parent pauvre des réflexions sur le sujet d'un meilleur positionnement des produits agroalimentaires à l'étranger alors qu'elle permet d'inscrire les produits dans les repères des consommateurs et que le marketing et la communication sont aujourd'hui des éléments clés de la promotion.

**Atomisées comme le sont les filières de production des indications géographiques, l'effort de**

---

<sup>25</sup> Les exportations de produits agroalimentaires vers l'UE ont néanmoins légèrement progressé en 2003 à 19,5 Mds € (+1%). Vis à vis des pays tiers en revanche, les exportations françaises ont baissé de 2% à 8,4 Mds €.

<sup>26</sup> Ni les labels, ni les certificats de conformité n'ont la moindre notoriété à l'étranger.

**promotion collective est certainement trop faible, notamment au regard de celui de nos partenaires dont on nous a indiqué qu'il serait bien supérieur à l'effort de la France<sup>27</sup>.**

Depuis quelques années, la promotion de « l'image France » réalisée sur fonds publics a tendance à décroître, alors que les concurrents comme le notait la SOPEXA dans un rapport sur « la promotion de la culture alimentaire française »<sup>28</sup> augmentent leurs investissements.

La SOPEXA notait même dans ce rapport le lien entre la baisse des efforts de promotion et le recul des exportations. **Malgré l'obligation de notification à la Commission de ces aides (soutien à la promotion), il convient de souligner que l'on ne dispose d'aucun chiffre retraçant les sommes consacrées par les Etats membres.**

Mais surtout la SOPEXA, après consultation de la profession, défend l'utilisation d'un « Label France » pour ancrer l'origine des produits français de qualité dans la durée.

De même, la Confédération Française de la Coopération agricole (CFCA) propose de créer par filière une marque collective nationale appelée « Coop de France » afin de mieux identifier les produits français à l'exportation.

Pour l'instant cette dernière proposition ne semble pas faire l'unanimité et entraîner plus de confusion que de clarté. Ces deux propositions témoignent des limites des signes de qualité et d'origine français dans la promotion de ces produits à l'étranger et cela ne semble pas anormal si l'on revient à ce que nous disions à propos de la dilution du message dont sont porteurs les indications géographiques.

Ceci est d'autant plus vrai sur les marchés étrangers où n'existe aucun substrat culturel se rapportant à nos produits. Il convient par conséquent d'agir autrement.

*Selon la SOPEXA, « la création d'une marque est aujourd'hui nécessaire au rassemblement de l'offre française sous un identifiant repérable de tous, avec un contenu supposé garanti (garantie de qualité, de goût, de traçabilité) qui fait cette notoriété positive ; elle est urgente face au déficit d'image qui ne peut que se creuser, du fait de l'avancée sur ce terrain de la concurrence. Si nous voulons associer l'Image de la France à tous nos produits, c'est bien une marque ombrelle qu'il faut développer et sur laquelle il faut communiquer ».*

**La SOPEXA propose ainsi la création d'une véritable marque, déposée en tant que telle, qui ne devrait pas être traduite à l'étranger : « LA BELLE FRANCE ».**

**A ce jour, cette réflexion semble ne pas avoir été poursuivie et c'est dommage, d'autant que dans le même temps les producteurs australiens ont déjà adopté la création d'une « Marque Australie » (Brand Australia), pour leurs vins, mais qui pourrait être étendue facilement à d'autres produits<sup>29</sup>.**

La question va peut-être être relancée à la faveur du débat sur un « Label européen », cette idée de la Commission exprimée au début de 2004 suscite toutefois une controverse au sein de l'Union Européenne. Plusieurs voix se sont élevées pour mettre en garde contre un tel étiquetage, surtout si celui-ci doit prendre la place des origines nationales, un certain nombre de titulaires et d'utilisateurs d'indications géographiques considérant par ailleurs que ce marquage pourrait polluer leur image dans l'esprit des consommateurs<sup>30</sup>.

---

<sup>27</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

<sup>28</sup> SOPEXA : Société pour l'Expansion des Ventes des Produits Agricoles et Alimentaires français – Rapport rédigé sous la direction de Dominique Chardon, président de la SOPEXA (septembre 2002).

<sup>29</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

<sup>30</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

Mais ce débat témoigne bien de la prise de conscience nouvelle de l'importance d'une nouvelle identification ou d'un nouvel identifiant porteur de qualité intrinsèque. L'unification de la démarche à l'exportation de l'ensemble des acteurs de la filière n'est pas chose aisée. Mais il existe une nécessité à laquelle il convient d'apporter des réponses rapides pour éviter de se trouver marginalisé dans ce qui apparaît de la part de nos concurrents étrangers comme une stratégie de conquête, soutenue par un marketing agressif et une promotion efficace.

La réforme en cours des signes officiels de qualité et d'origine doit, à cet égard, aller certainement au delà d'un simple objectif franco-français pour appréhender sérieusement ce sujet important à un moment où, dans une Europe élargie, les nouveaux membres adopteront, semble-t-il, sans réserve, les signes européens en vigueur, sans équivalent au plan national (Hongrie).

*b) Le débat de la filière vitivinicole*

*Le défi du marché*

Recul des exportations, perte de parts de marchés à l'export, baisse de la consommation nationale et concurrence des vins étrangers sur fond de surproduction mondiale : depuis 2000, les signes se confirment d'une **crise structurelle et durable**.

En 2003, les exportations de vins français ont encore baissé en volume de 3,4% avec une baisse de 10% pour les vins d'appellations. Les plus fortes baisses concernent le Japon (-19%) et les Etats Unis, où toutes les catégories de vins enregistrent des pertes comprises entre 15 et 30%.

Sur une longue période, entre 1990 et 2001, les exportations françaises perdent des parts de marché, notamment sur trois grands marchés : l'Allemagne, où la France est passée de 31% à 23% des importations, le Royaume-Uni (de 38% à 25%) et les Etats Unis (de 28% à 22%).

Aux difficultés rencontrées par les vins français sur les marchés extérieurs fait écho un recul des ventes sur le marché français imputable à une baisse inexorable de la consommation de vin : en 2003, elle était d'environ 33 millions d'hectolitres alors qu'elle atteignait 46 millions d'hectolitres au début des années 60. Les AOC représentaient alors 10% du total, contre environ 50% aujourd'hui. Au niveau mondial elle baisse en moyenne de 2%, soit 5 millions d'hectolitres par an depuis 20 ans du fait d'une évolution des habitudes de consommation qui tend à devenir moins régulière, plus occasionnelle. La tendance est à boire moins mais boire mieux.

Encore faut-il comprendre ce que l'on veut dire par « mieux ». Il ne s'agit pas forcément d'une montée en gamme vers des grands crus dont l'image et la prééminence reste incontestée, mais dont le niveau de prix en réserve la consommation à des occasions exceptionnelles. Il s'agit d'une tendance forte et insatisfaite de la demande, comme dans les autres pays du monde, à se diriger vers des vins de qualité constante, « faciles », légers, au goût simple et marqué (« boisé », « fruité », etc.), clairement identifiés par des mentions de cépage ou des marques. Or pour guider le consommateur vers ce « mieux », il faut que les classifications qu'on lui propose permettent à ces vins d'avoir le droit d'être « composés » ; et qu'elles soient simples et lisibles pour que les consommateurs les retrouvent clairement dans les linéaires de la grande distribution (75% des ventes aux ménages), où rappelons le, il n'existe pas de vendeurs pour expliquer les subtilités de notre offre. Sinon le consommateur continuera à se détourner du vin, et les sondages réalisés auprès des jeunes, qui font apparaître qu'à 72% ils n'envisagent pas d'en consommer, seront corroborés par les faits.

Parallèlement on assiste à une concurrence mondiale exacerbée : les exportations en volume des pays du « nouveau monde » (Etats-Unis, Canada, Australie, Argentine, Nouvelle-Zélande, Chili) ont progressé de 85% depuis 1998, tandis que dans le même temps, celles de la France se sont réduites de 12%. Ces pays bénéficient de conditions climatiques propices, de coûts de production plus faibles (charges peu élevées et main d'œuvre bon marché), d'un cadre réglementaire favorable souple et flexible qui n'interdit ni l'irrigation, ni les assemblages, ni les pratiques œnologiques destinées à

améliorer le goût ou l'aspect du produit pour boiser le vin ou le rendre plus fruité. Ce sont de véritables vins technologiques qui sont produits selon une logique quasi industrielle. Ces vins nouveaux, facilement identifiables, offrant une qualité constante garantie par l'existence d'une marque, séduisent de plus en plus les consommateurs.

De plus, les niveaux de consommation, France et export, que nous indiquons, ne sont pas stabilisés : la consommation en France a vocation à continuer à décroître (elle a baissé de 6 millions d'hectolitres en France, sur les trois dernières campagnes). Il faut bien garder à l'esprit qu'aujourd'hui la consommation française est représentée à 50% par des vins de table et de cépage, sans appellation contrôlée et dont le prix moyen est de l'ordre d'un euro la bouteille. Le prix moyen de l'autre moitié du marché n'est que de l'ordre de 3 euros la bouteille, donc très directement soumis à la concurrence internationale.

En France, le vin n'est plus et ne sera plus une boisson « de soif », mais une boisson festive ou de dégustation. La vie a changé : nous sommes devenus majoritairement des urbains, le travail de force disparaît heureusement, notre hygiène de vie s'améliore et en conséquence notre espérance de vie. Bref, nous buvions, dans les années soixante, 100 litres de vins par an et par personne ; aujourd'hui 58, et demain encore un peu moins : la plupart des estimations tablent sur une stabilisation à dix ans aux environs de 20 / 25 millions d'hectolitres vendus sur le marché français (soit une baisse de 35% par rapport au niveau actuel !).

De ces évolutions, résulte une surproduction mondiale structurelle de l'ordre de 50 à 60 millions d'hectolitres, environ 8 milliards de bouteilles. Cet excédent pèse sur les prix mondiaux et accentue la concurrence entre pays producteurs traditionnels et pays du « nouveau monde » principalement sur le segment des vins de moyenne gamme.

Certes, au niveau mondial la consommation de vin se développe. Mais chaque année, de nouvelles régions du monde se couvrent de nouvelles vignes dont la production, avant de s'attaquer à l'export, commence par accompagner le développement de leur marché local. En conséquence, la concurrence est féroce. Car, contrairement au marché français où elle n'est que marginale, la concurrence s'exerce à plein de façon exacerbée sur ces grands marchés d'exportation.

A l'export, nos vins sont soumis à la concurrence des vins espagnols, italiens et à ceux dits « du nouveau monde » qui grâce à des études de marché menées de façon régulière, se « calent » sur les nouveaux goûts des consommateurs. Certes, des événements conjoncturels ont brusquement dégradé nos positions, en particulier aux Etats-Unis. Il n'en demeure pas moins que notre offre se fait « sortir des rayons » parce que moins lisible. La qualité de nos vins est héritée d'une longue tradition et c'est pourquoi elle est moins en phase avec les goûts des consommateurs. A prix égal, le choix se portera donc sur les autres vins.

Mais hélas aujourd'hui la question n'est même pas celle-là : le premier défi à relever est d'arrêter l'érosion, la chute de nos ventes et de nos parts de marchés, avant de songer à rebondir. **Compte tenu de la tendance de fond qui caractérise le marché français, l'export est notre seule issue.** Ce qui veut dire, et il ne faut pas se le cacher, que notre filière restera structurellement excédentaire, en tout état de cause, d'au moins 5 millions d'hectolitres par an et demain de 10 millions d'hectolitres par an, en année « normale », si rien n'est fait.

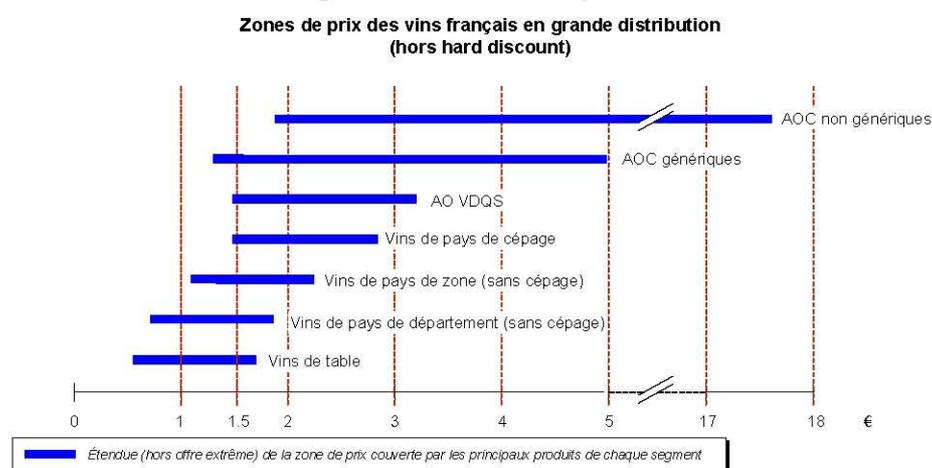
En dehors de nos grands crus et du Champagne, dont les prééminences sont incontestées, et qui font d'une certaine façon partie du patrimoine mondial, nos vins ne se battent pas à armes égales sur ces marchés : **ce qui est en cause n'est pas la faculté de nos viticulteurs à produire des vins de qualité.**

**La preuve en est que le savoir faire français est partout non seulement reconnu, mais requis comme expertise. Ce qui est en cause, ce sont les règles de fonctionnement de la filière, le classement des produits qu'elle opère, ses pratiques œnologiques qui ont pour conséquence une inadéquation et une illisibilité de l'offre pour le consommateur ; c'est aussi une impossibilité de**

notre marché à faire émerger de grands producteurs ou négociants pouvant concurrencer les leaders mondiaux. Comme le rappellent certains professionnels, la France ne connaît pas cette petite dizaine de « maisons » qui pourrait servir de locomotives à toute la profession. Notre offre est extrêmement fragmentée, là où elle est, à l'inverse, très concentrée dans les pays du « nouveau monde ».

Confrontée à ces nouveaux défis, l'insatisfaction à l'égard du niveau général de qualité des vins français et son manque de lisibilité révèlent les limites de l'offre sur laquelle est fondée le fonctionnement global de la filière vin en France.

## L'étendue des prix des vins français est large et n'est pas ordonnée selon les segments actuels de produits



Source: Onivins – données : IRI Secodip / Infoscan (CAM à P0&01)

Booz | Allen | Hamilton

Filename\RPS Number

0

### *Le défi politique*

L'organisation de notre filière viticole ressort d'une responsabilité collective : il ne s'agit pas d'un marché au sens libéral du terme, comme le connaissent nos concurrents américains ou australiens, où l'offre s'adapte à la demande, où l'on plante et on arrache des vignes selon le niveau de cette demande, où les producteurs « market » le vin qu'ils souhaitent.

Notre filière est gérée par un entrelacs foisonnant d'interprofessions aux intérêts contradictoires ; elle est réglementairement organisée au niveau de la France et de l'Europe au sein de la filière agricole. Politiquement, cela veut dire que toute l'organisation professionnelle de la filière s'est structurée et organisée en fonction de la réglementation actuelle qu'elle a inspirée.

A un moment où il n'y avait pas de problèmes de débouchés, il s'agissait, avec l'Etat en arbitre, (c'est lui qui décide ou non des appellations, des droits de plantation, des rendements...) de répartir, ou pour chaque interprofession de s'approprier, au profit d'un maximum de viticulteurs, les richesses d'un marché relativement prévisible.

Il est facile de poser et de faire partager par tous le même diagnostic, mais, par définition, il est, et sera toujours impossible de trouver ce même consensus sur les mesures à adopter.

Or, comme nous l'avons vu, la crise est devenue structurelle et l'immobilisme n'est plus tenable. Les acteurs doivent donc prendre leurs responsabilités, et trancher en faveur d'une nouvelle organisation, en s'appuyant sur les professionnels de la filière les plus lucides, les plus informés et les plus entreprenants. Ce sont en effet ceux-là qui exploiteront immédiatement les opportunités offertes par la nouvelle organisation du marché, en contractant avec les producteurs, en investissant et en créant des marques qui valoriseront mieux les produits, offrant ainsi une perspective positive d'écoulement à des viticulteurs qui sont agrippés à l'organisation actuelle, faute d'autres solutions d'avenir.

**Une étape encourageante a été franchie avec l'annonce, le 21 juillet 2004, d'un plan stratégique de réorganisation de la filière, issu d'un commun accord du MAAPAR et des professionnels. Il vise à organiser une nouvelle segmentation de l'offre française des vins.**

L'organisation proposée est articulée autour de deux grands groupes de produits :

- **ceux relevant d'un « marketing de l'offre », haut de gamme qui sélectionne ses clients, qui leur propose des produits typés dont il met en valeur les spécificités. C'est le domaine des appellations d'origine contrôlée (AOC) ;**
- **ceux relevant d'un « marketing de la demande », capables de répondre aux attentes de chaque catégorie de consommateurs et donc à même de s'adapter aux exigences des marchés internationaux où la concurrence est forte. C'est le domaine des vins de pays et des vins de table, identifiés en particulier par leur cépage et/ou leur marque et qui peuvent avoir recours à des technologies nouvelles (ex : utilisation des copeaux de bois) de manière encadrée.**

**Le Gouvernement a décidé d'encourager la mise en œuvre de cette mixité** qui renforce la vocation viticole française sur tous les segments de marché et consolide dans chaque région et chaque exploitation la possibilité, pour chacun, de se positionner sur l'ensemble de ces segments. Cette démarche contribue à clarifier et à simplifier la présentation de l'offre française sur les marchés internationaux.

Pour mettre en œuvre ce plan, pour les vins du « marketing de l'offre », il va donc s'agir de moderniser, actualiser et harmoniser les textes réglementaires encadrant les AOC : réécriture des décrets selon un schéma type, plus complet que les textes actuels. En plus de la garantie d'origine, l'exigence de qualité se fera plus forte. Et bien sûr, les dispositifs de contrôle évolueront en conséquence (renforcement du contrôle des conditions de production ; consolidation du dispositif d'agrément, en clarifiant les rôles respectifs de ceux qui définissent les règles et de ceux qui contrôlent la bonne application ; intégration systématique d'une étape de contrôle qualité réalisée au plus près du consommateur final). Enfin, il faudra définir un dispositif national de hiérarchisation, applicable de façon homogène dans toutes les régions et pour toutes les appellations, explicable aussi bien aux consommateurs qu'aux viticulteurs, et contrôlable avec une réelle traçabilité. Il est en effet nécessaire de la segmenter sur la base de principes de hiérarchisation qui soient différenciateurs et clairs pour le consommateur. La situation actuelle, hiérarchisée en cinq niveaux, nuit à la lisibilité et à la crédibilité de l'offre des AOC vis-à-vis du consommateur.

En ce qui concerne les vins relevant du « marketing de la demande », la compétition est intense et la réglementation doit être plus permissive même s'il ne doit pas être possible de pouvoir tout faire. Néanmoins, les producteurs ou les négociants doivent avoir, dans le cadre de la réglementation française et européenne, toute liberté de les composer. C'est le domaine des marques et/ou des cépages, des assemblages dans la limite des 85/15, de l'utilisation des planches ou des copeaux dans les cuves, de bassins d'approvisionnement en raisins étendus, selon le niveau de gamme à la région ou à la France. La hiérarchisation en vigueur dans le secteur des vins de pays sera revue. Les mécanismes de contrôle évolueront dans le même sens que celui proposé pour les vins relevant du marketing de l'offre.

Enfin, il est impératif que nous puissions offrir à la distribution des produits d'une qualité donnée dans

les quantités qu'elle demande. Dans le monde entier, le vin est majoritairement acheté en grande distribution. Qualité et quantité : cela veut dire que l'atomisation de nos domaines viticoles est quelquefois un handicap qu'il faut pouvoir dépasser. L'émergence de grands domaines et surtout d'intermédiaires puissants (négociants) pour contracter avec la grande distribution doit pouvoir être autorisée. Il faut en effet que nous ayons des acteurs capables d'investir en marketing, en têtes de gondoles, en budgets de promotions, à des niveaux équivalents à ceux de nos concurrents, pour que nos vins soient référencés et distribués.

**Il faut cependant souligner que la mise en œuvre de ce plan n'est pas encore intervenue. L'INAO a déjà apporté son soutien au plan, il est important qu'il continue dans cette direction. Le plein engagement de l'Institut pour la réussite du plan est impératif.**

Néanmoins, cette refonte des AOC est exemplaire du rôle des indications géographiques en tant qu'élément important pour la promotion de nos vins sur le marché intérieur et plus encore à l'international. Elles sont un élément essentiel de création de valeur. Elles peuvent servir de base au marketing et à la communication. Toutefois, elles doivent être couplées avec une marque forte capable de s'imposer aux concurrents. Cela reste néanmoins un atout formidable qu'il convient de défendre et de mettre en avant.

Les professionnels se disent prêts à investir dans la promotion de l'indication géographique comme « marque collective ». C'est ensuite à chacun d'eux de se l'approprier à travers leur propre marque. Dans ce processus, c'est la simplification du système actuel qui doit primer la création de nouveaux critères de qualité.

Dans cette optique, certains professionnels souhaitent donner plus de responsabilité aux bassins de production. Le fait régional doit être mieux pris en compte à travers la mise en place d'entités gestionnaires par grands bassins de production, dotées de plus de moyens et d'autonomie de façon à assurer une meilleure réactivité aux attentes du marché. D'ailleurs, **le principe de gestion globale par grand bassin de production apparaît le plus opérant et fait consensus. C'est à cette échelle, dans le cadre interprofessionnel approprié, que s'apprécieront, notamment, les dispositions relatives à la gestion des marchés et à la promotion des produits : l'intérêt d'une interprofession fédérée par bassin de production est souligné par la plupart des acteurs économiques et sociaux.**

Enfin, comme le fait remarquer la Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France, une plus grande marge de manœuvre et la prise de risque doivent être encouragés. Le risque rémunère plus et donc les producteurs/négociants qui obtiendront de bons résultats se positionneront comme « locomotives », essentielles pour structurer le marché français. La question ici posée est celle du degré d'intervention de l'Etat dans la structuration du marché viticole. S'il ne peut pas, et ce ne serait pas souhaitable, se retirer totalement, il semble que l'Etat doit laisser les professionnels prendre leur responsabilité, notamment en matière d'investissements.

La contestation du système européen des indications géographiques au plan international est un autre défi majeur auquel est reliée la protection dont les vins et les produits agroalimentaires de qualité peuvent bénéficier sur les marchés.

#### **1.2.2.2. Un système qui est contesté par les pays tiers**

Peu de pays, en dehors de l'Union Européenne protègent les appellations d'origine en tant que telles. Les appellations d'origine sont fréquemment usurpées et les indications géographiques restent dans leur ensemble mal protégées au regard des autres droits de la propriété intellectuelle.

Certains pays de surcroît parmi lesquels les Etats-Unis ou l'Australie, se fondant sur la notion de droit acquis par l'usage, utilisent même ces appellations à titre générique.

En fait deux conceptions radicales s'affrontent et les contentieux actuels sont étroitement liés à des

causes juridiques, chaque pays ayant mis en place un système différent de protection des indications géographiques :

- par l'enregistrement de marques privées, comme c'est le cas par exemple aux Etats-Unis<sup>31</sup> ;
- par l'enregistrement d'appellations d'origine ou d'indications géographiques, notamment dans l'Union Européenne.

De plus, certains noms protégés en tant qu'appellation d'origine dans leur pays d'origine, sont enregistrés en tant que marque dans d'autres pays par leurs producteurs eux-mêmes (Roquefort aux Etats-Unis). Il arrive aussi qu'une appellation d'origine protégée dans son pays d'origine ne le soit pas par un pays tiers, le même nom ayant déjà été enregistré comme marque par une entreprise privée (jambon de Parme au Canada).

Il en résulte donc une opposition d'intérêts entre droit des appellations et droit des marques, les uns et les autres s'accusant de ne pas offrir de protection efficace aux produits concurrents. La récupération d'appellations indûment usurpées sous le régime de droit des marques fait se dérouler des procès onéreux au cours desquels doit d'abord être démontrée l'erreur commise par le public en ce qui concerne l'origine géographique du produit, ce qui demeure très incertain quant au résultat.

**Le système européen fausserait le libre jeu de la concurrence et offrirait des garanties exorbitantes à leurs titulaires, la prééminence d'une appellation d'origine allant jusqu'à interdire l'usage d'une marque déposée antérieurement.**

Les Etats-Unis et l'Australie ensemble ont ainsi attaqué récemment la réglementation communautaire des appellations d'origine devant l'OMC. **Le panel formé à cette occasion a rendu son rapport le 15 mars 2005. Il valide le système communautaire dans son principe mais des ajustements sont demandés.**

Sur le fond, trois points faisaient l'objet de la plainte américano-australienne :

- **la relation entre la marque et les indications géographiques** (primauté en droit communautaire de l'indication géographique sur la marque) ;
- **le principe de la nation la plus favorisée** (extension de la protection uniquement aux ressortissants de pays tiers accordant une protection comparable) ;
- **le traitement national** (limitation de l'enregistrement aux indications géographiques identifiant des marchandises originaires d'un Etat membre de l'Union Européenne).

Le rapport confirme que le système communautaire de protection des indications géographiques pour les produits agricoles est conforme aux règles de l'OMC et les exigences de l'accord ADPIC. Les appellations d'origine peuvent coexister avec des marques de commerce, mêmes si les marques existaient avant l'indication géographique. Selon l'accord ADPIC, il peut y avoir des *exceptions limitées* au droit des marques et le panel reconnaît que les indications géographiques en font partie. Ces exceptions sont limitées, c'est pourquoi seuls quelques producteurs peuvent en bénéficier et cela selon un cahier des charges précis. Enfin, le panel affirme que la coexistence appellation/marque n'est uniquement valable l'inscription de la langue nationale. Ainsi l'appellation de la bière tchèque *Budwar* est acceptée et protégée mais sa traduction anglaise (« *Budweiser* ») qui pourrait se confondre avec la

---

<sup>31</sup> Il existe plusieurs modalités d'enregistrement des indications géographiques aux Etats-Unis sous le droit des marques :

Le dépôt de marques de certification (« certification mark ») :

Le propriétaire de la marque la met à la disposition d'autres usagers s'ils respectent un cahier des charges (qui définit les critères d'utilisation de la marque). Il n'y a pas cession de licences d'exploitation. Pour exemple : la Commission de la pomme de terre de l'Idaho est propriétaire de la marque de certification « Idaho Potatoes ». C'est la forme juridique américaine la plus proche des IG européennes. Une marque de certification ne peut pas contenir un drapeau, ni le signe d'une nation ou d'une municipalité, etc. Bien entendu, un terme générique ne peut être enregistré, mais une combinaison de ce terme peut l'être (par exemple : Parmesan Kraft).

Le dépôt d'une marque collective (« Collective trademark ») est effectué par un groupe de personnes qui se réservent le droit de l'utilisation de la marque. Ainsi les utilisateurs de la marque doivent impérativement disposer d'une licence. Cette démarche est souvent accompagnée d'une démarche de qualité s'appuyant sur des règles précises de production.

célèbre marque américaine n'est pas admise.

Le rapport du Groupe spécial a aussi pointé du doigt une certaine hypocrisie européenne (aucune indication géographique d'un Etat non membre n'est enregistrée). Contrairement à la thèse soutenue par les Etats-Unis et l'Australie, le système communautaire est effectivement ouvert à des pays tiers. Cependant, lorsqu'un groupement de producteurs d'un pays tiers veut enregistrer une appellation, il doit faire une demande par l'intermédiaire de son gouvernement, qui transmet à la Commission. Cette procédure est beaucoup plus lourde et complexe que pour les producteurs ressortissants de la Communauté. Elle devra donc être simplifiée pour être alignée selon un régime unique d'enregistrement pour tous les producteurs d'un pays membre de l'OMC.

De plus, le panel a condamné les dispositions de l'article 12 §1 du règlement sur les IGP comme étant incompatible avec l'article 3 de l'accord ADPIC, qui pose le principe du traitement national, au terme duquel chaque partie doit accorder aux ressortissants des autres parties un traitement non moins favorable que celui qu'elle accorde à ses propres ressortissants en ce qui concerne la protection de la propriété intellectuelle. En effet, en exigeant la réciprocité (la Communauté n'acceptait d'enregistrer une appellation d'un pays tiers que si ce pays lui accordait la même protection sur les appellations communautaires), la Communauté portait atteinte à la disponibilité de la protection pour les indications géographiques hors Union Européenne en entravant les demandes d'enregistrement d'appellations faisant référence à des aires géographiques situées dans des pays extérieurs à la Communauté, y compris des Membres de l'OMC. Ceci étant incompatible avec les accords ADPIC, l'Union Européenne a déjà prévu d'amender le règlement pour supprimer cette clause de réciprocité (même si cette modification n'a pas encore été formellement faite, elle est considérée comme actée à Bruxelles).

**En fin de compte, le panel valide la philosophie communautaire et la mise en conformité sera donc minimale.** Si le Commissaire Mandelson s'est réjoui de ce rapport, il n'a pas encore indiqué quelle suite il voulait lui donner. Il y aura probablement un service dédié à l'enregistrement et au contrôle des indications géographiques pour les pays tiers. Une chose est sûre, aucune des parties ne compte faire appel. La principale raison est le retard pris dans la négociation. En fait, cette plainte était de principe uniquement. Les Américains et les Australiens n'avaient rien à perdre et ce rapport clarifie les grandes lignes de la négociation sur les indications géographiques, dont les Américains et les Australiens ne veulent pas vraiment entendre parler, d'ailleurs elle reste très largement couplée à la négociation agricole.

**On ne peut que constater l'extrême diversité avec laquelle les pays prennent en compte la protection des indications géographiques. Quand bien même l'accord sur les ADPIC tente de mettre en place un niveau standard de protection des indications géographiques entre les pays<sup>32</sup>, les procédures et les sanctions restent de la compétence de la loi de l'Etat où la protection est réclamée, ce qui pose des problèmes insurmontables lorsque le pays n'a pas de « culture » des indications géographiques.**

Deux questions restent de surcroît débattues au sein du Conseil des ADPIC dans le cadre du mandat de Doha : la création d'un registre multilatéral pour les vins et les spiritueux et l'extension du niveau de protection plus élevé des vins et des spiritueux à d'autres produits (article 23). L'échec de la cinquième Conférence ministérielle de l'OMC qui s'est tenue à Cancún, au Mexique, du 10 au 14 septembre 2003, qui avait pour objectif principal de dresser un bilan de l'avancement des négociations sur ce sujet comme sur d'autres travaux, a provisoirement clôt le dossier dans l'attente d'une reprise des discussions.

Dans ce « conflit » des indications géographiques, la coopération avec les pays « amis » est une arme que la France utilise pleinement. Elle a une longue tradition en la matière et a obtenu quelques

---

<sup>32</sup> L'article 22 de l'accord ADPIC vise tous les produits et établit que les indications géographiques doivent être protégées afin de ne pas induire le public en erreur et d'empêcher la concurrence déloyale.

résultats significatifs. L'Union Européenne, par ailleurs, au travers d'accords bilatéraux avec un certain nombre de pays importants, arrive à régler au cas par cas des contentieux anciens relatifs à des usurpations d'appellations communautaires. Ce type de stratégie est néanmoins limité et un accord multilatéral reste incontournable. La poursuite des discussions et des négociations au sein de l'OMC sur les indications géographiques est donc capitale, et même cruciale en ce qui concerne le marché des vins.

## **II. LES MOYENS D'ASSURER LE RESPECT ET LA PROMOTION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES A L'ECHELLE INTERNATIONALE**

La négociation ADPIC sur les moyens de mieux faire respecter les indications géographiques à l'international a créé une demande, non seulement des pays en développement, mais encore de quelques pays développés, et une dynamique qui va bien au delà des discussions ayant eu lieu jusqu'ici dans l'enceinte de l'OMC.

Le débat s'est véritablement internationalisé comme l'atteste la création de l'association ORIGIN (« Organisation for an International Geographical Indications Network<sup>33</sup> »), association née à Genève en juin 2003 de la réunion de producteurs du monde entier venus participer aux négociations.

La négociation a parallèlement suscité les attentes d'un certain nombre de pays en développement désireux de voir aboutir les discussions pour protéger leurs propres indications géographiques. L'Inde, le Pakistan, le Sri Lanka, la Thaïlande, le Kenya, la Jamaïque et d'autres pays en développement réclament une meilleure protection, ces pays s'inquiétant notamment de voir des multinationales faire breveter et vendre leurs produits (riz « Basmati », thé « Ceylan », café « Blue Mountain », « Riz au Jasmin », etc.).

La France mène depuis de nombreuses années des coopérations utiles avec un certain nombre de pays tiers pour lutter contre les contrefaçons et les usurpations d'appellations françaises, cibles de choix pour les contrefacteurs étrangers. Dans le même temps, elle parvient à diffuser le concept d'indication géographique et le faire adopter par d'autres pays qui prennent conscience de l'intérêt de protéger leurs productions typiques. **Elle s'apprête ainsi à lancer une vaste initiative « Indications Géographiques » vers l'Afrique en liaison avec l'Office Africain de la Propriété Industrielle (OAPI), dont les retombées seront sans nul doute intéressantes (annexe).**

Ces dernières années, l'Europe a, par ailleurs, multiplié les accords bilatéraux avec un certain nombre de pays tiers pour parvenir à améliorer la protection des appellations d'origine communautaire. Ces accords concernent essentiellement les vins et spiritueux. Elle s'apprête également à mettre en oeuvre sur les marchés de quelques grands pays développés (Etats-Unis, Canada, Japon, Chine), sceptiques sur le sujet des indications géographiques, des actions de communication sur les appellations d'origine et les mécanismes de protection européens.

Ces initiatives sont utiles, mais elles ne peuvent concerner qu'un nombre limité de pays et, surtout, elles n'offrent pas une protection globale et entièrement efficace aux indications géographiques. De manière générale, les accords bilatéraux sur les indications géographiques conclus par l'Union Européenne se heurtent à des difficultés de mise en oeuvre.

L'accord avec les Etats-Unis sur les vins est toujours en cours de renégociation. Un accord multilatéral reste donc capital pour progresser de manière décisive et parvenir à un niveau de protection des indications géographiques homogène au niveau mondial. Mais ces négociations, elles aussi, sont bloquées, les positions des principaux Membres demeurant largement opposées sur le fond. Débloquer ces négociations constitue un enjeu à part entière des négociations multilatérales à l'OMC.

### **2.1. Les stratégies de coopération et d'accords bilatéraux avec nos partenaires sont utiles, mais ne permettent pas d'assurer une protection**

---

<sup>33</sup> ORIGIN est parvenue en l'espace d'un an à fédérer une centaine de producteurs de 30 pays et a acquis une audience lui ayant permis de postuler au statut d'observateur à l'OMPI et de bénéficier d'un soutien express de la Commission européenne (annexe). Il faut évacuer toutefois l'idée qu'il s'agirait d'une démarche Sud-Sud, plusieurs producteurs des pays du Nord, dont la France (producteurs de Comté – producteurs de pruneaux d'Agen), ayant adhéré aux buts que se fixe l'association de diffuser le concept des indications géographiques et de promouvoir la reconnaissance du rôle essentiel des indications géographiques dans le développement durable. Le président d'ORIGIN est M. Pedro Echeverria, producteur de café Antigua au Guatemala et président de l'association des producteurs de café Antigua ([www.origin-gi.com](http://www.origin-gi.com)).

## **efficace et globale aux indications géographiques**

La France a une longue tradition de coopération avec des pays tiers dans le domaine des indications géographiques. Dans bien des cas, cette coopération a permis de rallier d'autres pays dans le camp des pro-indications géographiques, les pays en développement notamment.

Ces dernières années, l'Union européenne a aussi mené une politique très active en concluant des accords bilatéraux avec de nombreux pays. La Commission européenne semble vouloir, tout en privilégiant d'abord une approche multilatérale du dossier, poursuivre cette politique en ciblant sa stratégie sur un nombre limité de pays ou groupes de pays. La France soutient ces deux approches menées en parallèle.

### **2.1.1. La coopération bilatérale avec nos partenaires : un outil utile de diffusion du concept d'indication géographique, mais de portée limitée**

#### **2.1.1.1. Une tradition française bien établie**

##### *a) Des résultats indéniables en matière de lutte contre la contrefaçon*

La coopération de la France dans le domaine des appellations d'origine vis-à-vis des pays tiers est relativement ancienne. L'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI)<sup>34</sup> a été amené à jouer un rôle important dans la protection des appellations d'origine et mène aujourd'hui des actions structurées et d'envergure<sup>35</sup>. Le Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC), très mobilisé par la lutte contre les usurpations de Cognac à travers le monde a très tôt mené des actions organisées en tant que syndicat de défense.

Ces actions se sont révélées et restent très efficaces comme l'attestent les résultats obtenus au bénéfice de l'industrie du Cognac ou des vins de Bordeaux dans le passé (en Chine Populaire, à Taiwan et au Brésil notamment). Les excellents rapports institutionnels entretenus par l'INPI avec ses homologues étrangers, lui ont permis de régler des conflits souvent engagés dans le secteur des vins et spiritueux (Mouton Rothschild, Château d'Yquem, Martel, Remy Martin etc.).

L'Institut a créé, enfin, dans des zones considérées comme sensibles des postes d'experts de la propriété intellectuelle<sup>36</sup>. Ces experts sont accueillis au sein des Missions économiques des Ambassades.

Dans la zone Asie, le positionnement d'un expert de l'INPI à Bangkok, ayant compétence sur l'Asie du Sud Est, a notamment permis d'accentuer de manière décisive la coopération avec les pays de la région (Laos, Cambodge, Thaïlande). Ces trois pays disposent aujourd'hui de législations protégeant les indications géographiques<sup>37</sup>, de même que le Vietnam. L'exemple de la reconnaissance de

---

<sup>34</sup> La loi du 19 avril 1951 a créé l'INPI.

<sup>35</sup> L'INPI a conclu à ce jour 20 accords de coopération technique avec des pays tiers ce qui témoigne de son dynamisme : ces accords servent de cadre à l'assistance technique et aux actions de lobbying et de coopération menées dans le champ des indications géographiques (Chine, Vietnam, Corée du Sud, Japon, Indonésie, Thaïlande, Taiwan, Russie, Pologne, Hongrie, Roumanie, Bulgarie, Brésil, Uruguay, Chili, Mexique, Tunisie, Maroc et Liban).

<sup>36</sup> Outre les pays du Maghreb, du Moyen Orient et de l'Asie du Sud (Maroc - Beyrouth - Bangkok), l'INPI devrait étendre son réseau à l'Asie du Nord (Pékin) et les PECO (Moscou).

<sup>37</sup> L'agent de l'INPI a été le correspondant de l'INAO pour l'élaboration d'un projet de loi sur les indications géographiques remis aux autorités cambodgiennes en 2003, du projet de loi remis aux autorités du Laos et l'instigateur du décret adopté par les Laotiens qui permet doré et déjà de déposer les indications géographiques françaises en français en attendant le vote de la loi.

Les principaux aspects du projet de loi thaïlandais voté par le Sénat le 22 novembre 2002 sont la mise en place d'un registre national des indications géographiques, la protection des indications géographiques étrangères ainsi que la création d'un Comité des Indications Géographiques. Les oeufs "Chaiya" de la région de Surat Thani, la soie thaïlandaise, le riz "Hom Mali" plus connu sous le nom de riz au jasmin, le durian de la province de Nonthaburi, les couteaux "Aranyig", les oranges de Bangmod pourraient donc être enregistrés comme indications géographiques dès l'entrée en vigueur de la nouvelle loi.

l'appellation d'origine Nuoc Mam de Phu Quoc dans ce pays sert fréquemment de carte de visite au BNIC pour souligner l'efficacité de ce type de coopération pour rallier d'autres pays au concept d'indication géographique<sup>38</sup>.

Parmi les autres organismes actifs, l'on trouve également le Centre de coopération internationale en recherche agronomique (CIRAD) dans le cadre de projets de recherche sur des produits « labellissables » (le café par exemple) ou le Groupe de recherche et d'échanges technologiques (GRET). L'INAO apporte, pour sa part, l'expertise juridique nécessaire aux coopérations en place (mise au point des textes législatifs) et explique ce que sont les AOC. L'INAO fait de la pédagogie chaque fois que cela est possible et accompagne les autres acteurs de la coopération.

Près de 80 actions vis à vis des pays tiers au cours des deux dernières années sont ainsi recensées dans le secteur des indications géographiques. On pourra trouver en annexe le détail de ces actions cataloguées à l'occasion d'une réunion de coordination des actions internationales pour la protection des appellations d'origine et des indications géographiques organisée en décembre 2003. Il existe donc en France une vraie mobilisation des acteurs compétents autour de la notion d'indications géographiques.

**C'est le MAAPAR (direction de la production et des échanges internationaux) qui est chargé de la coordination de l'ensemble des actions menées par la France<sup>39</sup>.**

*b) Le virage de la coopération française*

Force est de constater que la coopération française a, ces dernières années, évolué et s'est démultipliée sous l'impulsion de la négociation ADPIC. Depuis trois ans, l'INPI est sollicité pour la préparation et la logistique des actions de sensibilisation sur la propriété intellectuelle en Asie conduites sous l'égide de la DREE (programme UE/Asie sur la propriété intellectuelle)<sup>40</sup>.

L'INPI avec la collaboration du CIRAD et de l'INAO prépare, par ailleurs, une « grande offensive » sur les indications géographiques en Afrique visant l'ensemble des seize Etats d'Afrique noire francophone et lusophone, avec la Guinée Bissau. Ce travail devrait conduire à mettre en place, en faveur de ces pays, un processus de reconnaissance d'indications géographiques. On retiendra, par exemple, les enjeux économiques liés à la production de beurre de Karité<sup>41</sup>.

La coopération française a donc pleinement intégré les enjeux de la négociation multilatérale et s'est adaptée, assimilant le besoin, d'une part de mener des actions de sensibilisation sur la propriété intellectuelle vis-à-vis de marchés importants comme l'Asie, et la nécessité, d'autre part, de se rapprocher des pays en développement (Afrique) pour promouvoir le concept d'indication géographique. Mais l'ensemble de ces actions ne concerne qu'un nombre limité de pays. Elles n'ont, par ailleurs, pas toutes abouties.

#### **2.1.1.2. Ces actions ne concernent qu'un nombre limité de pays**

Toutes les actions de coopération visant à diffuser les indications géographiques le plus largement

---

<sup>38</sup> L'aboutissement de cette coopération initiée en 1998 par le BNIC pour lutter contre la production dans ce pays d'une contrefaçon de Cognac a, non seulement, abouti à la fermeture de l'usine contrefactrice, mais encore conduit à l'adoption par le Vietnam du concept d'appellations et à l'adaptation de sa législation.

<sup>39</sup> **Recommandation – cf. Partie III**

<sup>40</sup> La DREE a proposé dans le cadre de l'Asean Europe Meeting (ASEM) que la propriété intellectuelle fasse partie du Trade Action Facilitation Plan adopté par les chefs d'Etats et de Gouvernement de l'ASEM en 1998. Elle s'est portée candidat au rôle de facilitateur et, à ce titre, a organisé le premier séminaire ASEM en matière de propriété intellectuelle en juin 1999 à Paris. La Thaïlande, qui est également co-facilitateur, a organisé le second séminaire en mars 2000 à Korat. Depuis cette date, un séminaire sur les moyens de faire valoir les droits de propriété intellectuelle s'est tenu à Hanoi en mai 2002. Un autre sur les indications géographiques s'est tenu en 2004, en Thaïlande.

<sup>41</sup> Voir en annexe les termes de référence de cette mission d'appui technique à l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle.

possible sont utiles pour défendre le dossier mais elles ne peuvent à elles seules être décisives. Elles restent d'un impact limité pour deux raisons essentielles : elles s'inscrivent dans un effort de longue durée ; elles ne concernent somme toute qu'un nombre limité de pays.

*a) Les actions de coopération se déroulent sur un calendrier de moyen-long terme*

Les actions menées ne sont utiles que si elles s'inscrivent dans la durée. Beaucoup d'initiatives ont débuté il y a plusieurs années déjà et sont poursuivies. Si l'objectif de ces coopérations offre de voir finalement pris en compte les indications géographiques par les pays à qui elle s'adressent, on ne peut que se féliciter de voir les indications géographiques françaises mieux protégées à l'étranger. La seule réserve est qu'évidemment les indications géographiques des pays tiers puissent bénéficier de la même protection sur le marché européen que celle qui leur est accordée. La situation, à cet égard, n'est pas encore très claire.

Leur utilité ne peut donc être remise en cause du point de vue de leurs effets, qui ne se produisent toutefois que sur le moyen-long terme. Elles n'ont pas d'impact en elles mêmes sur les résultats immédiats de la négociation, sauf à considérer que cette pédagogie vis-à-vis des pays en développement trouve son pendant dans l'énergie qu'ils mettent à défendre l'extension de la protection dont bénéficient déjà les vins et spiritueux, percevant bien l'avantage que celle-ci leur procurerait.

*b) Les actions de coopération ne concernent pour l'instant qu'un nombre limité de pays et n'ont pas toutes encore abouties*

Les cibles de la coopération française concernent des pays importants : Argentine, Brésil, Chine, Mexique, Russie, pays de l'ASEAN. Sans revenir sur ces choix, force est de constater que les progrès enregistrés par ces pays en matière d'indications géographiques sont extrêmement divers et, dans certains cas, malheureusement décevants.

Vis-à-vis de certaines régions, les actions menées ont pu aboutir relativement rapidement. C'est le cas de l'Asie, comme nous l'avons vu<sup>42</sup>. La Chine, cependant, qui fait l'objet de toutes les attentions, puisqu'elle bénéficie d'un programme de coopération en bonne et due forme mené par le BNIC, n'a toujours pas opté pour une reconnaissance de la spécificité des indications géographiques. Sur le fond, les autorités chinoises semblent encore partagées sur le besoin d'adopter une législation spécifique, les produits pouvant être intéressés par une protection de ce type restant somme toute limités, peu connus et peu exportés à l'étranger, et déjà protégés par la loi sur les marques. Le bilan reste donc à être établi.

Le Japon reste aussi réticent au concept d'indication géographique au plan national, même si, au plan local, certaines collectivités semblent s'y intéresser. La réflexion de Taiwan sur le sujet des indications géographiques ne serait pas non plus très avancée. L'Inde, en revanche, comme en témoigne sa position en pointe sur les indications géographiques dans la négociation à l'OMC, a adopté en 1999 une législation sur les indications géographiques, effective depuis la fin de 2003 (*GI Act*). C'est un allié de poids.

En Amérique Latine, où les usurpations d'appellations françaises sont fréquentes, seule l'Argentine semble s'être dotée d'une véritable loi sur les appellations d'origine, et encore très récemment<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> Quatre pays de l'ASEAN (Cambodge, Laos, Thaïlande et Vietnam) ont adopté des législations protectrices des indications géographiques s'inspirant du système français. Des réflexions sont par ailleurs en cours dans d'autres pays pour parvenir à protéger certaines productions typiques, comme le café en Indonésie par exemple.

<sup>43</sup> Le décret d'application de la loi sur les appellations d'origines des vins et spiritueux en Argentine a été publié au Journal Officiel le 16 janvier 2004. Cette législation offre la perspective d'une protection forte et durable des appellations d'origine française de vins et spiritueux, les modalités de mise en place de ces dispositions n'ayant toutefois pas encore été adoptées. Parmi les autres pays (Mexique, Brésil), des systèmes hybrides entre marques de certification et appellations d'origine auraient été mis en place. Le Chili privilégie le droit des marques.

La reprise de l'acquis communautaire parmi les 10 nouveaux membres de l'Union Européenne vient grossir le rang des pays défendant les indications géographiques<sup>44</sup>, les difficultés principales résident dans l'appréhension par la Russie du dossier des indications géographiques. Les négociations avec ce pays durent depuis une dizaine d'années. Si la Russie souhaite s'inspirer d'un système comparable au notre, l'absence de coordination entre les administrations semble être le principal obstacle à l'avancement de ce dossier<sup>45</sup>.

Au total, et malgré une coopération très développée, peu de pays ont mis en place une législation fondée sur le concept d'indications géographiques.

### **2.1.2. Les accords bilatéraux sur les indications géographiques conclus par l'Union Européenne sont nécessaires, mais ne suffisent pas à eux seuls à assurer une protection efficace et globale**

Il s'agit d'un champ essentiel de la stratégie de l'Union Européenne pour parvenir à améliorer la protection des appellations d'origine communautaires. Ces dernières années, l'Europe a multiplié les accords bilatéraux avec un certain nombre de pays dont le poids est significatif dans les échanges. Ces accords, dont les négociations ont parfois duré de très longues années (10 ans avec le Canada), et qui portent pour la plupart sur les vins et les spiritueux, restent toutefois d'une mise en œuvre difficile et n'assurent aux produits européens qu'une protection, certes plus importante, ce qui est appréciable, mais néanmoins partielle. A cet égard, les négociations avec les Etats-Unis du projet d'accord vins, et qui visent à améliorer l'accord conclu en 1983, durent depuis plusieurs années et n'ont pas encore abouti.

#### **2.1.2.1. Les accords bilatéraux sur les indications géographiques négociés par l'Union Européenne**

La négociation de ces accords relève de la compétence communautaire, encadrée par un mandat donné par le Conseil à la Commission européenne.

##### *a) Une politique active de conclusions d'accords*

L'Union européenne a mené ces dernières années une politique active dans ce domaine en concluant des accords bilatéraux avec plusieurs pays d'importance significative : Australie (1994), Mexique (1997), Suisse (1999), Afrique du Sud (2001), Chili (2002), Canada (2003).

Dans les faits, la Commission européenne, face aux difficultés de parvenir à un accord avec les Etats-Unis, a tenté « d'encercler » son partenaire par un réseau d'accords portant sur les vins avec des pays tiers comme le Canada et l'Australie notamment<sup>46</sup>. Les accords conclus avec l'Afrique du Sud et le Chili n'ont pas été recherchés pour eux-mêmes mais sont des accords de commerce général.

Ces accords intègrent généralement plusieurs aspects du commerce viticole : la protection de nos indications géographiques, mais également les pratiques œnologiques autorisées, les règles de circulation et les documents à fournir ou encore les droits de douanes. La protection des dénominations de produits agroalimentaires reste, en tout état de cause, largement exclue de ce

---

<sup>44</sup> L'INPI a de nombreux accords de coopération technique avec ces pays (cf. infra).

<sup>45</sup> Dans le processus de reprise des normes et pratiques internationales, les pays de la CEI ont contracté des engagements multilatéraux et européens visant à protéger les droits de propriété intellectuelle. Dans le cadre de ses négociations d'accession à l'OMC, la Russie s'est engagée à respecter l'accord ADPIC. A ce titre, les progrès législatifs effectués par la Russie, ainsi que les moyens de faire valoir ces droits ont été soigneusement examinés par le groupe de travail d'accession de la Russie à l'OMC. **Si ce thème ne fait pas partie des points de divergences persistants entre l'Union Européenne et la Russie, il convient néanmoins d'être attentif au règlement des contentieux persistants.**

<sup>46</sup> Cette stratégie n'a pas donné tous les résultats escomptés. Les Etats-Unis ont en effet « brisé le cercle » en mettant en œuvre un accord de reconnaissance mutuelle sur les pratiques œnologiques dit « accord d'Adélaïde » conclu en 2001 entre les Etats-Unis, le Canada, l'Australie, le Chili et la Nouvelle-Zélande. Cet accord marque une étape majeure des pays du Nouveau-Monde pour constituer un « groupe de Cairns » des exportateurs de vins.

processus de négociations.

L'accord conclu avec le **Chili** en 2002 constitue toutefois un accord de référence dans le secteur des vins et spiritueux : protection des indications géographiques européennes, élimination de toutes les usurpations existantes, reconnaissance des mentions traditionnelles, reconnaissance sur la base de listes positives des pratiques œnologiques, etc.

b) *Une mise en œuvre difficile*

L'avancée des négociations sur les indications géographiques est souvent ralentie par le fait que certains Etats ont de réelles difficultés à abandonner l'utilisation de certaines appellations prestigieuses européennes usurpées, parfois avant même l'existence d'une législation européenne protectrice.

Ainsi l'Accord **UE/Australie**, ratifié dès 1994, a prévu des périodes de transition (*phasing out*) concernant certaines appellations qui ne sont toujours pas fixées. Par ailleurs, la finalisation de l'Accord sur les mentions traditionnelles reste bloquée<sup>47</sup>.

De même, l'accord avec le **Canada** de 2003 subordonne-t-il la protection des indications géographiques de vins et de spiritueux communautaires sur le territoire canadien à une procédure d'enregistrement national payante, même si son montant reste modique. La compatibilité de cette obligation par rapport à la protection additionnelle prévue par l'accord ADPIC n'est pas certaine.

Cet accord fait suite à un contentieux au GATT entre le Canada et l'Union Européenne. Les deux partenaires avaient signé en 1989 un accord sur le commerce des vins et spiritueux, qui prévoyait notamment que les autorités canadiennes accorderaient le traitement national aux vins de la Communauté mais tolérerait certaines pratiques discriminatoires des monopoles provinciaux pour l'importation et la distribution. Le Canada n'a jamais appliqué les obligations que lui imposait cet accord. En avril 2001, à la suite d'une demande récurrente du Canada, la Commission a adopté un règlement autorisant l'importation dans l'Union du vin de glace canadien (« ice wine »). Cette dérogation a été accordée au Canada en échange d'un engagement de ce dernier à négocier un accord global sur les vins et spiritueux.

c) *Les négociations en cours avec les Etats-Unis*

La Communauté européenne et les Etats-Unis étaient parvenus en 1983 à conclure un accord aux termes duquel les parties s'engageaient mutuellement à respecter et à protéger les indications géographiques, et prévoyaient des régimes dérogatoires en matière de pratiques œnologiques. La reconnaissance des appellations prévue par l'accord n'a toutefois pas été complète, les Etats-Unis ayant apporté un certain nombre de restrictions en faisant intégrer dans l'accord des noms génériques comme " Champagne ", " Chablis ".

Depuis 1993, les négociations sont dans une impasse. D'un côté, l'Union Européenne considère que la protection des indications géographiques conférée par l'accord n'est pas satisfaisante pour les membres de l'Union Européenne. De l'autre, les Etats-Unis souhaitent que les pratiques œnologiques ne fassent plus l'objet de dérogations sur la base d'une liste positive, mais soient acceptées sur la base

---

<sup>47</sup> L'accord prévoyait le retrait, en trois phases, des appellations australiennes usurpant des indications géographiques communautaires : retrait immédiat, retrait en 1997 et retrait lors d'une troisième phase, à déterminer par modification de l'accord initial. La négociation de la modification de l'accord de 1994, essentielle à la mise en œuvre dudit accord, est dans une impasse depuis avril 2000, un projet de texte agréé par les Etats membres étant resté sans réponse de la part de l'Australie. Dans le cas de l'appellation *Champagne*, la période transitoire n'est toujours pas fixée.

Il faut pourtant constater que le simple fait d'avoir prévu, à terme, la cessation de l'utilisation de cette dénomination a déjà eu des effets positifs, en ce que les producteurs australiens ont abandonné progressivement l'usurpation du nom de l'appellation d'origine *Champagne*. En revanche, parallèlement à la diminution progressive de ce nom, on a assisté à une augmentation de l'utilisation de la mention traditionnelle française " *méthode champenoise* ", dont l'utilisation devra pourtant cesser au jour de la fin de la période transitoire fixé pour le *Champagne*.

de la reconnaissance mutuelle des pratiques de chacune des parties<sup>48</sup>. Si les négociations ont été relancées récemment, les discussions continuent d'achopper sur ces deux points.

Ajoutons que le contexte récent des négociations est opacifié par l'adoption de la loi sur le bio-terrorisme entrée en vigueur fin 2003, qui renforce sensiblement les contrôles à l'importation des produits alimentaires et notamment des vins sur le marché américain.

### 2.1.2.2. Autres éléments de la stratégie communautaire

#### a) *La poursuite d'une politique d'accords bilatéraux*

La Commission considère que parvenir à un accord multilatéral reste indispensable pour atteindre le niveau de protection approprié que l'Europe recherche au bénéfice de ses producteurs. Il semblerait toutefois qu'elle n'ait pas encore répondu à la question de savoir si la poursuite de la stratégie d'accords bilatéraux qu'elle mène depuis une vingtaine d'années reste utile. Autrement dit, convient-il ou non de lancer un nouveau « cycle » de négociations bilatérales ?

Dans cette perspective, un certain nombre de pays aurait déjà été identifié comme cible potentielle, à la fois sous l'angle de l'accès à ces marchés et de la nécessité de mieux protéger les indications géographiques communautaires : la Chine, le Japon, l'Inde et la Corée du Sud, notamment.

Pour les responsables de la Direction générale du Commerce de la Commission européenne, cette approche ne serait pas à exclure, d'autant que des discussions ont déjà été ouvertes avec certains pays cibles. Celles-ci ne seraient cependant pas encore très avancées. La question mérite d'être tranchée.

#### b) *La promotion du système des appellations d'origine communautaires*

L'Union Européenne a intégré, par ailleurs, dans sa stratégie la nécessité de promouvoir le système des appellations d'origine communautaires. Depuis 2004, la SOPEXA mène une série d'action de communication et d'information sur les AOP et les IGP aux Etats-Unis, en Chine et au Japon<sup>49</sup>. A cette fin, la SOPEXA a créé une marque et un logo : E.A.T. (European Authentic Tastes). Tous les produits de l'Union sont mis en avant, sauf les vins. Malgré un contexte plutôt difficile pour les produits agroalimentaires européens à l'étranger, notamment aux Etats-Unis, la campagne a été bien perçue.

Par ailleurs, la SOPEXA devrait mener une autre campagne dans l'Union Européenne cette fois-ci<sup>50</sup>. Si le consommateur national connaît bien les signes de son pays en matière d'indications géographiques, il est encore mal informé, voire même ignorant, des signes de l'Union Européenne. Les objectifs de cette campagne reposent donc sur :

- La mise en place d'un plan de communication sur trois ans pour développer la reconnaissance et la notoriété des signes AOP/IGP à long terme sur le marché intérieur, en fonction des zones de consommation des produits
- L'information des consommateurs sur le contenu des AOP/IGP
- La mise en place d'une campagne d'information unique rassemblant différentes familles de produits afin de créer une synergie de communication
- La valorisation des produits à travers leur AOP/IGP
- L'information sur l'AOP/IGP auprès des professionnels de la distribution qui représentent à ce

<sup>48</sup> L'Union Européenne s'oppose fermement à l'idée de l'acceptation mutuelle des pratiques œnologiques qui ouvrirait la porte à toutes les dérives. Pourtant la situation actuelle est peu satisfaisante, l'Union Européenne renouvelant chaque année la dérogation octroyée aux Etats-Unis.

<sup>49</sup> En annexe, les visuels diffusés aux Etats-Unis

<sup>50</sup> L'appel d'offres est ainsi rédigé : « *Campagne de communication commune autour du concept d'origine dans le cadre du programme communautaire défini par le règlement n° 2826/2000 sur l'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur. L'appel d'offre doit aboutir à l'exécution d'une campagne sur l'origine et les signes officiel de l'origine IGP / AOP ainsi que sur les produits des porteurs de projet.* »

jour entre 70 et 80 % du commerce selon les secteurs des produits agroalimentaires. Dans certains cas les marques des distributeurs peuvent représenter jusqu'à 40 % du marché. Le plan stratégique de cette campagne est encore en préparation. Elle devrait aboutir à des développements intéressants qu'il conviendra de suivre avec attention.

Le besoin de dialogue entre l'Union Européenne et les Etats-Unis sur le dossier des indications géographiques est réel. Les réflexions sur les indications géographiques restent encore aujourd'hui dans ce pays au stade académique<sup>51</sup>.

La position américaine à l'OMC reste, par ailleurs, très opposée à celle de l'Europe. Sur le fond, les Etats-Unis s'attachent à défendre non seulement leur système fondé sur les marques, mais aussi leurs intérêts commerciaux. La position américaine dans la négociation, des élus américains, comme de l'administration, relaie ainsi les voix des lobbies de l'industrie agroalimentaire fermement opposés à toute concession au profit de l'Union Européenne sur le sujet des indications géographiques<sup>52</sup>.

**C'est pourquoi la promotion des AOP/IGP à travers ces campagnes est efficace et elle doit être renforcée, tant au niveau international qu'europpéen.**

## **2.2. Un accord multilatéral à l'OMC reste incontournable**

A ce jour, les négociations sur les indications géographiques à l'OMC sont bloquées. Les Membres de l'OMC se sont même séparés à l'issue de la réunion ministérielle à Cancún, en septembre 2003, sans que le sujet ne soit évoqué.

Rappelons que deux questions sont débattues dans le cadre du mandat de Doha :

- l'établissement d'un registre multilatéral pour les vins et les spiritueux<sup>53</sup> ;
- et l'extension du niveau plus élevé de protection à des produits autres que les vins et les spiritueux.

Le traitement des indications géographiques à l'OMC est ambigu :

- alors que ce thème relève d'abord des négociations sur la propriété intellectuelle, il est très fortement lié à l'évolution des négociations agricoles, et cela bien plus que ne le suggère le principe de l'engagement unique ;
- les considérations tactiques des Membres semblent par ailleurs, prédominer sur les considérations de fond : cela est vrai aussi bien pour les opposants aux indications géographiques, qui conditionnent tout progrès dans cette négociation à des concessions de la part de l'Union Européenne en matière agricole, que de l'Union Européenne elle-même qui, au delà des avantages économiques qu'elle entend retirer d'une plus grande protection des indications géographiques, a

---

<sup>51</sup> Les réflexions aux Etats-Unis sur les indications géographiques restent encore marginales. Un chercheur (Dr Elizabeth BARHAM, spécialiste de sociologie rurale à l'Université du Missouri-Columbia) étudie depuis 6 ans les possibilités de mise en place d'un dispositif d'indications géographiques permettant une meilleure reconnaissance des produits agricoles de l'Etat du Missouri et favorisant le développement rural. Il s'agit cependant de travaux uniques dans ce pays. Mme Barham est francophone, a fait une partie de ses études à l'université de la Sorbonne, puis a collaboré avec l'INRA. Ses démarches ont débuté avec le vin et elle a obtenu le soutien de l'Etat (financement MINAGRI du Missouri) et du Gouvernement Fédéral (bourse de l'USDA : Agricultural Research Service).

<sup>52</sup> **Le groupe ALTRIA, un des géants industriel américain formé il y a un an par la fusion des groupes KRAFT FOOD (leader américain de l'agroalimentaire, 2<sup>ème</sup> mondial après Nestlé) et PHILIP MORRIS est catégoriquement opposé à la demande européenne de récupérer certaines appellations devenues génériques aux Etats-Unis (Dijon Mustard, Parmesan ou Feta).** Cette démarche, selon ALTRIA, mettrait directement en péril certaines marques qui représentent pour le groupe un chiffre d'affaires considérable. ALTRIA est actuellement le plus grand producteur au monde de parmesan.

<sup>53</sup> Ces négociations ont lieu dans le cadre de "sessions extraordinaires" du Conseil des ADPIC.

introduit ce thème dans l'agenda de négociation avant tout pour pouvoir valoriser aux yeux de ses agriculteurs des progrès sur certains sujets offensifs, susceptibles de justifier des flexibilités agricoles.

Si aujourd'hui les négociations sur les indications géographiques sont paralysées à l'OMC, c'est qu'au delà du fait que cette notion n'est pas considérée comme essentielle par une large majorité des membres, elles ne pourront probablement commencer qu'après des progrès substantiels sur le volet agricole et qu'à la condition de concessions européennes dans ce domaine.

### **2.2.1. Les négociations à l'OMC sur les indications géographiques sont aujourd'hui totalement bloquées**

#### **2.2.1.1. L'Union Européenne poursuit trois principaux objectifs dans les négociations sur les indications géographiques à l'OMC**

##### *a) La mise en œuvre effective d'un registre multilatéral d'enregistrement des vins et spiritueux*

Au terme de l'article 23.4 de l'ADPIC, les Membres s'étaient engagés, à Marrakech, à négocier l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement, pour faciliter la protection des indications géographiques pour les vins.

La déclaration ministérielle de Singapour (1996) a étendu le sujet aux spiritueux. Face à la stagnation des travaux entrepris depuis 1995, les ministres avaient convenus à Doha d'achever ces négociations, qui ne sont en fait que la mise en œuvre de l'engagement pris à Marrakech, d'ici la Conférence ministérielle de Cancún (article 18 de la déclaration).

Cependant, après une première tentative de rapprochement des positions entreprise par le Président avec son texte du 16 avril 2003, les travaux se sont trouvés bloqués fin juin dans l'attente de progrès de la négociation agricole. Les débats ont néanmoins permis de décanter les principales divergences qui portent essentiellement sur deux points :

- **les effets juridiques du registre** : les Etats-Unis et leurs alliés proposent la mise en place d'un registre purement informatif, tandis que l'Union Européenne souhaite que le registre soit contraignant et améliore la protection des vins et spiritueux.
- **la participation volontaire ou obligatoire des Membres** : les Etats-Unis et leurs alliés, ainsi que les pays en voie de développement considèrent que la participation au registre doit être volontaire, tandis que l'Union Européenne estime que les obligations associées au registre doivent s'appliquer à l'ensemble des membres.

Outre ces deux principaux points de blocage, les modalités de mise en œuvre du registre sont également controversées : c'est le cas notamment du nombre d'indications géographiques enregistrées, de leur délai d'enregistrement et du délai de contestation.

##### *b) L'extension de la protection additionnelle aux produits autres que les vins et spiritueux*

Aux négociations sur le système multilatéral des vins et spiritueux, se greffe la demande de l'extension de la protection additionnelle aux produits autres que les vins et spiritueux, demande formulée au titre de la mise en œuvre des Accords de Marrakech, à l'initiative d'un certain nombre de pays en développement, largement soutenus par l'Union Européenne et la Suisse. Pour l'Union Européenne, c'est à la fois un moyen de rallier des pays non intéressés par le volet vins et spiritueux et de répondre aux attentes de certains Etats membres dont les intérêts offensifs se situent sur d'autres produits agricoles (fromages et jambon de Parme pour l'Italie par exemple).

Les vins et spiritueux bénéficient en effet, comme nous l'avons vu, d'un niveau de protection multilatérale plus élevé que les autres produits, les membres ayant interdiction d'utiliser pour les vins

et spiritueux les indications géographiques en traduction ou accompagnées d'expression telles que "genre", "style", "imitation", "type" ou autres. Les « demandeurs » souhaitent donc renforcer la protection des indications géographiques pour les autres produits au même niveau de protection que celui accordé aux vins et spiritueux.

**Les Membres sont cependant divisés sur l'interprétation qui doit être faite de l'article 12 du mandat de Doha relatif à la mise en œuvre<sup>54</sup> :**

- pour les partisans de l'extension, des négociations doivent commencer sur tous les sujets de mise en œuvre, et donc également sur ceux pour lesquels il n'y a pas déjà de mandat spécifique de négociation ;
- pour les opposants à l'extension, les membres sont convenus d'une simple « action appropriée » sur ces questions de mise en œuvre.

Le sujet de l'extension, comme celui des autres sujets de mise en œuvre a été évoqué par le Conseil des ADPIC qui a fait rapport en décembre 2002 au Comité des négociations commerciales (CNC). Depuis lors, il fait l'objet de consultations de la part du Directeur général de l'OMC<sup>55</sup>, mais n'a pas progressé.

- c) *La remise en cause des usurpations « légalisées » par les clauses d'exception figurant dans l'article 24 de l'ADPIC (« claw back »)*

L'objectif de l'Union Européenne est d'obtenir une révision des usurpations qui bénéficient de la clause d'antériorité ou d'une protection par marque au titre de l'Article 24 de l'ADPIC<sup>56</sup>. Ainsi, des opérateurs européens détenteurs d'indications géographiques européennes pourraient sortir de certaines situations difficiles comme celles de ne pouvoir exporter sur certains marchés en utilisant leurs propres indications géographiques, dans le cas où des usurpateurs auraient déposé une marque homonyme ou utiliseraient ces indications géographiques comme génériques.

L'Union Européenne a communiqué à l'OMC en août 2003 une « **short list** » (ou « **claw back list** ») **de 41 indications géographiques** (dont 14 françaises) dans les domaines des vins et d'autres produits agricoles faisant actuellement l'objet d'usurpations fréquentes<sup>57</sup>.

Si cette « short list » était acceptée, ces indications géographiques ne pourraient plus être considérées comme génériques et aucune marque reprenant la dénomination considérée ne pourrait être commercialisée. Il s'agit donc d'appliquer à ces indications géographiques une protection nettement plus avancée que la protection conférée par l'accord ADPIC. On remarque d'ailleurs que la liste des alcools se concentre principalement sur les indications géographiques vins et spiritueux définies comme génériques aux Etats-Unis.

**L'objectif de cette initiative européenne, lancée par la Présidence italienne, était de signifier avant la conférence de Cancún, la volonté de modération des demandes communautaires, sur un petit nombre d'indications géographiques et sur celles ayant un intérêt commercial réel.**

---

<sup>54</sup> Dans la Déclaration de Doha, les Ministres notent que le Conseil des ADPIC traitera de l'extension conformément au paragraphe 12 de la Déclaration (concernant les questions de mise en œuvre). Le paragraphe 12 dispose que « *les négociations sur les questions de mise en œuvre en suspens feront partie intégrante* » du programme de travail de Doha. Dans les cas où il n'y a pas de mandat de négociation spécifique dans la Déclaration de Doha, les questions de mise en œuvre « *seront traitées de manière prioritaire par les organes pertinents de l'OMC, qui feront rapport au Comité des négociations commerciales [CNC], établi conformément au paragraphe 46 ci-dessous, d'ici à la fin de 2002 en vue d'une action appropriée* ».

<sup>55</sup> M. Supachai Panitchpakdi

<sup>56</sup> Des exceptions sont en effet prévues dans l'ADPIC : pour utilisation avant la date de signature de l'accord OMC (15/04/1994) (par utilisation de 10 ans ou de bonne foi), pour utilisation antérieure d'une marque, génériques, indications géographiques homonymes, indications géographiques non protégées dans le pays d'origine ou tombées en désuétude.

<sup>57</sup> Voir le détail de la « short list » en annexe

Le message n'a cependant pas été bien perçu, notamment en raison de l'hétérogénéité du statut des produits inscrits (certains, comme le Comté, ne sont pas exportés, d'autres, comme le Liebfrau(en)milch allemand, ne sont pas usurpés, beaucoup enfin sont enregistrés comme marques, notamment Parmigianno aux Etats-Unis ou Jambon de Parme au Canada, ce qui pose un problème commercial insoluble pour les entreprises de ces pays).

#### **2.2.1.2. Les positions des principaux Membres demeurent largement antagonistes**

Les coalitions, offensives et défensives, en matière d'indications géographiques varient fortement en fonction des différents sujets de négociation. Il est toutefois possible de distinguer trois principaux groupes de pays.

##### *a) Les pro-indications géographiques*

S'agissant du registre, l'Union Européenne, la Suisse et, dans une moindre mesure, le Sri Lanka, l'île Maurice et le Nigeria, préconisent **la mise en place d'un registre juridiquement contraignant pour tous les Membres de l'OMC**.

La mise en œuvre d'un tel registre présenterait en effet un double avantage :

- elle permettrait de prévenir toute usurpation nouvelle des indications géographiques et donc de « geler » le niveau d'usurpation actuel. En revanche, le registre ne remettrait pas en cause les usurpations anciennes qui bénéficient de clauses d'exception (article 24).
- elle offrirait également une base pour faciliter (en dehors du système du règlement des différends de l'OMC) la résolution des contentieux bilatéraux portant sur des usurpations anciennes.

Dans sa proposition de juin 2003, l'Union Européenne avait légèrement assoupli sa position en acceptant que les effets juridiques du registre soient légèrement différents suivant que les membres participent ou non au système (suivant qu'ils décident de notifier ou non leurs propres indications géographiques) :

- pour tous les Membres, les indications géographiques notifiées et n'ayant pas fait l'objet d'une opposition ne pourront pas se voir refuser la protection sous les trois motifs suivants : indication ne correspondant pas à la définition prévue (Article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC) ; indication présentant une fausse homonymie (article 22.4) ; indication utilisée comme générique (article 24.6) ;
- sur le territoire des membres participants, une présomption de validité sera automatiquement accordée aux indications géographiques notifiées et n'ayant pas fait l'objet d'une opposition.

S'agissant de l'extension, les partisans des indications géographiques mettent en avant les arguments suivants :

- l'indication géographique est un outil de développement et de valorisation de la richesse agricole.  
A ce titre, assurer une meilleure protection des indications géographiques est un atout majeur pour les pays en développement, pour lesquels l'agriculture reste une source essentielle de richesse ;
- le système de la protection additionnelle existant déjà pour les vins et spiritueux, son extension n'exigera pas la mise en place d'un nouveau système, mais seulement l'adaptation du système existant ;

- la protection des indications géographiques prévue à l'article 22 n'est pas suffisante. En effet, l'obligation d'apporter la preuve de la connaissance de l'indication géographique par le public (pour démontrer la « tromperie du consommateur ») crée une insécurité juridique incompatible avec une protection efficace.

b) *Les anti-indications géographiques*

S'agissant du registre, les pays producteurs de vins du "nouveau monde"<sup>58</sup>, soutenus par le Japon et la Malaisie, privilégient l'établissement d'une **simple base de données informative et sans valeur juridique**. Selon cette proposition, les effets du système multilatéral se limiteraient à un simple engagement de consultations du registre par les autorités compétentes des membres participants, parallèlement à d'autres sources d'information, lorsqu'elles prennent des décisions concernant la reconnaissance et la protection des indications géographiques.

La résistance au registre des pays producteurs de vins du nouveau monde s'explique par quatre types de considérations qui reviennent fréquemment :

- sur le plan financier, les opposants aux indications géographiques mettent en avant le coût administratif direct du système ainsi que le coût pour chaque membre participant qui devra s'interroger au cas par cas sur l'opportunité d'une formulation d'opposition ;
- sur le plan économique, ils craignent le coût de la reconversion pour les producteurs utilisateurs d'indications géographiques usurpées ainsi que le coût pour les consommateurs du fait de la limitation au commerce et la diminution de la concurrence. Surtout, ils refusent une fragilisation du système des marques, du fait de la difficile coexistence des deux systèmes ou de la primauté de l'un ou l'autre droit de propriété intellectuelle<sup>59</sup>. Cela serait de leur point de vue d'autant plus injustifié que la plupart des opérateurs se satisfont, y compris dans les pays en développement, de la protection existante par marque<sup>60</sup> ;
- sur le plan idéologique, ils considèrent que la société civile des pays du « nouveau monde », terre d'immigration européenne, n'est pas prête à se voir priver de son héritage culturel lié à la colonisation (notamment en Afrique du Sud et en Australie) ;
- sur le plan juridique, ils réfutent l'existence d'un mandat dans le cycle actuel pour un système à effets juridiques contraignant et à participation universelle.

S'agissant de l'extension, les opposants traditionnels aux indications géographiques estiment que la protection actuelle de l'article 22 ADPIC est suffisante et qu'outre le risque de conflits entre Membres que pourrait engendrer l'extension, elle serait en tout état de cause très difficile à mettre en œuvre dans les pays en développement, ces derniers n'en profiteraient presque pas.

Relevons enfin que le débat existe au sein même de l'Europe, puisque traditionnellement les pays du Nord (Royaume-Uni, Pays-Bas, Danemark, Suède, Finlande et même Allemagne) et plusieurs futurs adhérents, ne sont pas culturellement attachés à cette notion d'indication géographique. Ils sont donc favorables par nature à une assez grande flexibilité de l'Union dans les négociations sur ce sujet, élément que les pays du Sud de l'Europe doivent prendre en considération dans la fixation des objectifs de négociation.

<sup>58</sup> Membres du Groupe Mondial du Commerce du Vin (ex-forum des Pays producteurs de vin du nouveau monde) : Afrique du Sud, Argentine, Australie, Canada, Chili, Etats-Unis, Nouvelle-Zélande. "Observateurs": Bolivie, Brésil, Mexique, Paraguay, Uruguay.

<sup>59</sup> C'est ainsi que dans le dossier Budweiser, les Etats-Unis ne trouvent aucune légitimité à l'indication géographique tchèque, car les producteurs tchèques ont commencé leur production industrielle 20 ans après la fondation de la brasserie américaine, profitant ainsi de l'investissement promotionnel et marketing de cette dernière.

<sup>60</sup> C'est ainsi que les producteurs de thé Darjeeling auraient déposé le nom sous forme de marque aux Etats-Unis.

*c) Les pays en développement*

Les pays en développement non-producteurs de vins et spiritueux rencontrent d'importantes difficultés à faire un bilan de leurs intérêts offensifs et défensifs en matière d'indications géographiques :

- d'un côté, ils craignent que le registre soit l'occasion d'imposer un niveau d'obligations supplémentaires et sont sensibles aux démonstrations tendant à affirmer que la proposition européenne relève du « TRIPS+ »<sup>61</sup>. L'Union Européenne peine donc à « vendre » son registre comme n'étant qu'un simple instrument de facilitation relatif à la mise en œuvre d'obligations existantes (et cela d'autant plus qu'ils craignent que le nombre d'indications géographiques européennes enregistrées soit très élevé) ;
- de l'autre côté, certains d'entre eux, comme l'Inde ou la Thaïlande<sup>62</sup>, perçoivent bien l'avantage, avec l'extension de la protection additionnelle, et éventuellement le registre en complément, que procurerait un système de protection multilatéral, alternatif ou complémentaire à la marque, simple et disponible à un coût bien moindre que la marque. Or, les cas abondent d'usurpations d'indications géographiques provenant de pays en développement (riz basmati, roiboos tea sud africain, thé darjeeling).

Cela explique en partie pourquoi les pays en développement, même s'ils nourrissent quelques sympathies vis-à-vis des positions européennes, ne s'expriment pas toujours pour peser dans le débat. Par ailleurs, de plus en plus, certains d'entre eux, tout en étant favorable à l'extension, prennent position contre un système multilatéral contraignant. Les avantages économiques d'un tel système sont en effet mesurés par ces pays à l'aune des contraintes très fortes qu'ils pourraient se voir imposer en cas de systématisation d'un mécanisme multilatéral d'enregistrement et de sanction. Ce faisant, ils remettent en cause le « marché » plus ou moins explicite avec l'Union Européenne du soutien au registre contre le soutien à l'extension.

**Enfin, outre les divergences de vue sur la substance, au moins trois facteurs peuvent expliquer le blocage actuel des négociations sur les indications géographiques :**

- l'expérience de négociations bilatérales passées avec l'Union Européenne qui conduisent certains d'entre eux (Australie, Afrique du Sud) à regarder avec beaucoup de circonspection les propositions communautaires actuelles ;
- l'absence d'intérêt d'une majorité de pays en développement pour le registre, et le conflit d'intérêts entre pays en développement à propos de l'extension ;
- enfin, l'absence de mouvement dans la négociation agricole : clairement, pour la plupart des Membres, les négociations sur les indications géographiques ne se résoudront qu'avec le paquet agricole.

**2.2.2. La relance des négociations sur les indications géographiques dépend avant tout des flexibilités que l'Union Européenne est prête à mettre sur la table dans le domaine agricole**

**2.2.2.1. Les flexibilités récemment proposées par la Commission ne suffiront pas à relancer les négociations sur les indications géographiques**

*a) Des flexibilités à la portée réduite*

La Commission a diffusé en décembre 2003 une communication sur les indications géographiques (doc.577/03 annexé: « GI : the way forward after Cancún ») dans laquelle elle indique vouloir mettre

<sup>61</sup> TRIPS : Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights (traduction anglaise de l'accord sur les ADPIC)

<sup>62</sup> La Thaïlande devrait prochainement remettre au CNC un document en faveur de l'extension.

l'accent sur l'extension et la « short list » qui sont, selon elle, les deux sujets les plus prometteurs. Elle a, par ailleurs, évoqué dans ce document de possibles flexibilités dans les discussions sur le registre.

Ces flexibilités porteraient sur quatre points :

- sur une réduction du nombre d'indications géographiques enregistrées ;
- sur un allongement du délai de contestation avant enregistrement d'une indication géographique ;
- sur les modalités de mise en œuvre du registre, l'Union Européenne pourrait se contenter dans un premier temps, d'une simple base de données, pour évoluer ensuite vers un registre plus contraignant ;
- sur une réduction de la protection accordée au titre de l'article 24.6 (généricité).

L'approche défendue par la Commission a été globalement soutenue par les Etats membres lors des Comités 133 de décembre 2003 et janvier 2004. L'Allemagne, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la Suède et la Danemark se sont notamment prononcés en faveur de cette approche pragmatique qui selon eux est la seule susceptible d'intéresser d'autres partenaires, notamment les pays en développement.

*b) Une position française actuellement réservée*

La France a indiqué qu'elle demeurerait très attachée à l'objectif d'un registre contraignant susceptible de garantir une protection effective des indications géographiques au titre de l'article 23 de l'ADPIC, quitte à offrir certains flexibilités sur les modalités de ce registre.

La France pourrait notamment accepter :

- l'enregistrement d'un nombre limité d'indications géographiques correspondant aux produits exportés et/ou usurpés ;
- un allongement du délai de contestation mais sans renoncer pour autant à un délai, car cela reviendrait à ne fournir aucune garantie aux indications enregistrées.

**Cependant, la France a estimé qu'il est tout à fait prématuré d'envisager des flexibilités substantielles sur la question des indications géographiques alors même que les négociations sur les autres sujets de l'agenda unique, notamment les négociations agricoles, sont bloquées ou peu avancées.** Pour cette raison, elle a accueilli avec davantage de scepticisme les deux dernières flexibilités évoquées par la Commission (recours préalable à une simple base de données et réduction de la protection contre la généralité) dont la portée est, selon elle, non négligeable. Il existe en effet un risque que la base de données soit pérennisée si des clauses de rendez-vous sont prévues. Le principe de la base de données ne pourrait donc être accepté que si l'existence de celle-ci est bien temporaire et très clairement encadrée pour une période limitée.

*c) Scénario 1 : en l'absence de progrès dans la négociation agricole, l'Union Européenne devra envisager des flexibilités beaucoup plus substantielles en matière d'indications géographiques*

Les flexibilités de la Commission ont été présentées à plusieurs de nos partenaires, en marge du Conseil ADPIC du 8 mars 2004 (dont notamment les Etats-Unis, la Malaisie, l'Argentine et le Brésil).

Si ces derniers ont salué les progrès faits par l'Union Européenne pour se rapprocher d'une position de compromis, ils ont, de manière générale, estimé que ces flexibilités étaient encore très insuffisantes, dans la mesure où aucun progrès n'a été enregistré dans la négociation agricole.

Dès lors, il semble illusoire de chercher à faire progresser les négociations sur les indications géographiques par des flexibilités de portée réduite telles que celles figurant dans le document « *GI : the way forward after Cancún* », tant que l'Union Européenne n'aura pas fait de concessions supplémentaires dans le domaine agricole.

En l'absence de progrès en matière de subventions à l'exportation et de soutiens internes agricoles, l'Union Européenne devra fortement revoir à la baisse ses ambitions sur le dossier indications géographiques.

Elle devrait d'abord renoncer à l'obtention de la « short list », ainsi qu'à l'extension pour laquelle, en dépit des déclarations d'intention de certains pays en développement, elle est la seule à s'engager réellement. Tout au plus, l'Union Européenne pourrait-elle se concentrer sur **la mise en place d'une base de donnée non contraignante** (c'est-à-dire renoncer au bénéfice d'une présomption de validité automatique pour les indications géographiques notifiées). En revanche, cette base de données devrait en tout état de cause être applicable à tous les Membres de l'OMC : son caractère universel est en effet un point fondamental auquel il convient de ne pas renoncer. Si le système ne s'applique pas à tous les Membres, il n'apportera rien de plus par rapport à l'Arrangement de Lisbonne ; ce système ne crée pas de droit, mais traduit la mise en oeuvre de l'accord ADPIC et doit donc s'appliquer à tous.

#### **2.2.2.2. Les ambitions de la Commission en matière d'indications géographiques pourraient éventuellement être atteintes si des flexibilités supplémentaires étaient offertes dans le domaine agricole**

- a) *La position des Membres opposés aux indications géographiques s'explique autant par des considérations tactiques que par des considérations de fond*

Les considérations tactiques, qui viennent très largement « polluer » la substance des négociations sur les indications géographiques sont doubles :

- c'est d'abord celle du prix à payer par l'Union Européenne dans les négociations agricoles pour obtenir des résultats en matière de propriété intellectuelle. Pour l'Union Européenne, les préoccupations non-commerciales dont les indications géographiques font partie (au même titre que l'étiquetage, la sécurité alimentaire, le bien-être animal), constituent de fait et malgré certaines tentatives pour dissocier les deux sujets, le "quatrième pilier" des négociations agricoles. Des avancées sur ce quatrième pilier, à commencer sur le registre, constitueraient donc pour l'Union Européenne le prix minimum à payer pour des concessions « substantielles » sur les trois piliers traditionnels de la négociation<sup>63</sup>. Le sentiment à Genève est qu'un accord pourrait être trouvé sur le registre, avec les opposants, qui sont principalement des pays du groupe de Cairns ou du « G20 », en toute fin de négociation.
- c'est, de manière incidente, la question du prix à payer en échange de l'acceptation du registre sur les vins et spiritueux par les autres pays en développement, non-producteurs de vins et spiritueux.

Ce prix, d'autant plus élevé que l'Europe donnera l'impression que le registre représente des obligations supplémentaires qui relèvent du TRIPS +, pourrait prendre la forme d'une revendication à étendre la protection additionnelle des vins et spiritueux aux autres produits pour permettre à ces pays de mieux valoriser leurs productions agricole et artisanale. Cela rejoindrait alors les intérêts offensifs de l'Union Européenne, qui pourrait ainsi obtenir une seconde compensation dans la négociation agricole. Mais le sentiment à Genève est que le prix à payer en échange de l'acceptation du registre portera plus certainement sur la baisse des soutiens internes et l'élimination des subventions à l'exportation, ces dernières fédérant bien plus que l'extension l'ensemble des pays en développement.

- b) *Scénario 2 : les contreparties à d'éventuelles concessions européennes dans le domaine agricole porteraient probablement sur les indications géographiques*

---

<sup>63</sup> Accès au marché, soutiens internes, subventions aux exportations.

Avec la mise en œuvre de la réforme la PAC décidée à Luxembourg, le 26 juin 2003, et les réformes sectorielles décidées pour les productions méditerranéennes (huile d'olive, coton, tabac) et le sucre, l'Union Européenne pourrait disposer de marge de manœuvre supplémentaire par rapport à l'accord euro-américain du 13 août 2003, notamment en matière de soutien interne et de subvention à l'exportation.

Si elle décide d'utiliser pleinement ces marges de manœuvres, l'Union Européenne devrait alors être en mesure de sécuriser le volet accès au marché agricole et d'obtenir des résultats substantiels en matière de préoccupations non commerciales et notamment d'indications géographiques.

Elle devra alors chercher à obtenir, par ordre de priorité :

1. la mise en place d'un registre contraignant pour l'ensemble des Membres de l'OMC ;
2. l'extension de ce registre à des produits autres que les vins et spiritueux ;
3. la reconnaissance de la « short list » : cela risque de s'avérer difficile dans la mesure où l'UE est isolée sur cette proposition et qu'aucun autre membre de l'OMC n'est susceptible de nous soutenir ; cependant, si cela était possible en toute fin de négociation, il s'agirait du résultat à la portée la plus significative en termes économiques.

### **III. RECOMMANDATIONS**

#### **3.1. Comment modifier notre système d'indications géographiques pour le rendre économiquement et socialement plus efficient et plus apte à assurer la promotion des produits de qualité à l'étranger ?**

*L'origine ou la provenance géographique est une notion qualitative fort ancienne en France, l'habitude ayant été prise depuis toujours de dénommer certains produits agricoles par la dénomination de leur lieu d'origine. Les indications géographiques reposent ainsi sur le maillage des filières de production au moyen de signes officiels de qualité et d'origine. C'est le domaine des appellations d'origine contrôlées, des labels et des certificats de conformité.*

*Une large proportion d'agriculteurs s'est engagée dans cette démarche qui incite à produire mieux plutôt que de continuer à produire plus. La filière représentait 21% des agriculteurs français en 2001. La France, dans l'Union Européenne, est le premier pays concerné par les indications géographiques avec un total de 140 appellations ou indications d'origine enregistrées au niveau communautaire, hors appellations viticoles. Les indications géographiques représentent, aujourd'hui, plus du tiers environ du chiffre d'affaires généré par les industries agroalimentaires.*

*Compte tenu de la réforme de la politique agricole commune et d'une réduction globale des soutiens, les agriculteurs devront tirer de plus en plus leurs revenus de la production de biens à forte valeur ajoutée. On comprend donc aisément l'utilité d'un système de reconnaissance de la qualité et de l'origine des produits, un système clair, lisible et crédible pour les producteurs et surtout pour les consommateurs : or, le système actuel est devenu complexe et constitue plus un handicap qu'un atout.*

*Il existe un consensus en France pour parvenir à simplifier un dispositif jugé trop bureaucratique et centralisé et dont le lien avec le système communautaire de protection fondé sur l'origine des produits (appellations d'origine et indications géographiques protégées) n'est pas si évident.*

*La politique des signes de qualité et d'origine fait ainsi l'objet d'une réforme engagée en début 2004 par le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales pour simplifier les procédures d'agrément, renforcer l'accessibilité de la démarche pour le producteur et améliorer la lisibilité du dispositif pour le consommateur. C'est un pas. Mais cette réforme doit certainement aller au delà d'un simple objectif franco-français pour appréhender tous les enjeux, nationaux et internationaux, liés aux indications géographiques.*

*A l'heure où le développement des filières de qualité devient une des priorités de la politique agricole, on ne peut que regretter en tout état de cause, l'absence d'outil unique pour mesurer les effets des politiques de développement appliquées aux filières sous indications géographiques et faciliter leur pilotage de sorte que certains sujets apparaissent aujourd'hui insuffisamment étudiés : relations entretenues entre les producteurs et la grande distribution - l'introduction des biotechnologies - etc.*

*De plus, les signes de qualité et d'origine français, à l'exception des appellations viticoles, ne sont pas connus à l'étranger ce qui pose le problème du positionnement de ces produits sur le marché européen et international. Ni les labels, ni les certificats de conformité n'ont la moindre notoriété et l'on discute depuis des années du bien fondé de trouver un mode d'identification des produits français de qualité à l'étranger.*

*C'est pourquoi, nous formulerons les recommandations suivantes :*

#### **Recommandation 1 : politique globale**

**a)** A l'heure où le développement des filières de qualité devient une des priorités de la politique agricole, confier à un organe unique la mission de mesurer les effets des politiques de développement

appliquées à ces filières, pour faciliter leur pilotage, paraîtrait souhaitable. Le système est aujourd'hui éclaté entre différents institutions (INAO, Commission des labels et certifications de produits, CERQUA, CEPRAL, Agence Bio...), ce qui rend difficile toute approche globale du secteur. **Créer un observatoire de la qualité qui réunirait, sous l'égide du MAAPAR, les principaux acteurs concernés afin de disposer en permanence de données globales, cohérentes et actualisées.**

b) Dans le cadre des nouveaux enjeux liés à la politique agricole, il semblerait que les synergies pouvant se mettre en place entre les échelons nationaux (Etat) et locaux (Régions – Chambres d'Agriculture) pour développer les productions sous indications géographiques doivent être approfondies. **Asseoir l'ensemble des démarches « qualité » dans un cadre prenant mieux en compte l'approche territoriale au niveau régional, en intégrant les mesures de soutien prévues par la réforme de la PAC de juin 2003. Pour renforcer la politique de développement rural et promouvoir notamment la qualité des denrées alimentaires, il pourrait être attribué 1500 € en moyenne par an et agriculteur<sup>64</sup>.**

c) Enfin, parce que la grande distribution joue un rôle clef aujourd'hui dans la diffusion des produits sous indications géographiques, **créer de vrais partenariats producteurs, transformateurs, distributeurs :**

- en favorisant la communication et la publicité des PME productrices de produits sous indications géographiques ;
- en réservant une partie des linéaires des grands magasins aux produits sous indications géographiques. Les autorisations nouvelles d'ouverture de grands magasins pourraient même être liées à leur engagement d'accroître les linéaires réservés aux PME productrices de produits de qualité ou sous indications géographiques.

d) Etudier ou faire un bilan spécifique des enjeux nouveaux intéressant les indications géographiques, comme **la mise en œuvre de la traçabilité ou la diffusion des biotechnologies qui semblent encore insuffisamment pris en compte dans les réflexions publiques.**

### **Recommandation 2 : dispositif des signes officiels et indications géographiques communautaires**

a) **Encourager la réflexion engagée par le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires Rurales concernant la simplification du dispositif des signes officiels de qualité et d'origine.**

Cette réforme doit être conduite dans le souci d'avoir un système clair, lisible et crédible pour les producteurs et surtout pour les consommateurs. La complexité du système actuel constitue plus un handicap qu'un atout.

b) **Tirer parallèlement toutes les conséquences d'un accord éventuel à l'OMC pour clarifier les relations existantes entre les signes officiels français de qualité et d'origine et les indications géographiques communautaires.**

La France maintient un système contraignant où l'obtention d'une protection communautaire est liée à un signe de qualité (Label ou Certification). Il convient donc de réfléchir à un accès libre à l'indication géographique protégée et de mieux s'appropriier les visuels européens.

---

<sup>64</sup> Les Etats membres peuvent octroyer par ailleurs des « paiements supplémentaires » afin de soutenir les activités agricoles importantes pour la protection ou la mise en valeur de l'environnement ou pour l'amélioration de la qualité et de la commercialisation des produits agricoles. Ces « paiements supplémentaires » pourront consommer jusqu'à 10% des fonds disponibles pour un secteur donné relevant du régime de paiement unique dans un Etat membre (article 69 du règlement CE n°1782/2003 du Conseil du 29 septembre 2003 établissant des règles communes pour les régimes de soutien direct dans le cadre de la politique agricole commune et établissant certains régimes de soutien en faveur des agriculteurs et modifiant les règlements).

**c) En cas de déconnexion du dispositif français des signes de qualité du système communautaire d'indications géographiques protégées, renforcer le rôle de l'INAO (tant dans sa mission de contrôle que dans celle d'élaboration des conditions de production).** Cette évolution devrait engendrer l'octroi de moyens supplémentaires, notamment humains.

**d) Mener une réflexion sur l'utilité de créer au plan communautaire une entité spécifique chargée de gérer l'enregistrement et la protection des indications géographiques communautaires** afin d'assurer une visibilité supérieure du système européen dans le monde (principe du guichet unique).

**e) Susciter une réflexion communautaire sur une évolution de la réglementation actuelle, afin de tirer les enseignements de l'échec des attestations de spécificité** ou du besoin exprimé par certains acteurs de la qualité d'avoir un dispositif de reconnaissance allégé pour protéger des recettes traditionnelles (tripes à la mode de Caen).

### **Recommandation 3 : positionnement à l'exportation**

**a) Mesurer les effets de la création d'une marque ombrelle « France » sur la valorisation à l'exportation des produits agroalimentaires de qualité et écarter l'idée d'un label européen,** proposé récemment par la Commission européenne, qui conduirait à une perte d'identité des produits français contraire à l'objectif recherché.

**b) Réfléchir en faveur des PME exportatrices de produits agroalimentaires de qualité à des mesures visant à aider leur développement sur les marchés extérieurs :** les efforts de communication et de développement à l'export de ces PME pourraient être pris en compte pour réduire leur imposition au titre de l'impôt sur les sociétés.

**c) Etudier l'effort public consacré par nos principaux partenaires européens à la promotion des produits agroalimentaires de qualité pour en tirer les enseignements transposables en France.**

**d) Tirer les conséquences de l'atomisation des filières de production sous indications géographiques pour cibler plus systématiquement les efforts d'accompagnement des pouvoirs publics (Etat et Régions) sur les démarches de promotion collective des professionnels.**

**e) Continuer les efforts entrepris dans le secteur vitivinicole et mettre rapidement en œuvre le plan de segmentation de notre offre présenté le 31 juillet 2004 (cf. p 27 et s.).**

### **3.2. Quelle est la meilleure stratégie pour faire admettre, à nos partenaires à l'OMC, notre vision des indications géographiques ?**

*L'Union Européenne s'est engagée dans des négociations avec ses partenaires de l'OMC afin de libéraliser davantage le commerce mondial des produits agricoles, les indications géographiques confèrent une valeur ajoutée supplémentaire aux productions et un meilleur revenu à nos agriculteurs. Elles représentent donc un atout inestimable.*

**Elles offrent surtout la possibilité aux producteurs de ces produits très spécifiques, identifiés comme tels, de pouvoir mieux résister à la concurrence mondiale sur les produits banals<sup>65</sup>.**

*Les filières sous signe d'origine représentaient 21% des agriculteurs français en 2001 et ces filières bénéficient d'une progression plus rapide de leur chiffre d'affaires que la filière agricole traditionnelle. Entre 1997 et 2001, la progression du chiffre d'affaires des filières sous signes d'origine aura été de 6,8%, tandis que celle de la filière agricole traditionnelle n'aura été que de 0,7%.*

*Le vin et les fromages restent les leader incontestés des indications géographiques françaises, avec 86% du chiffre d'affaires total des indications géographiques (13,5 Mds € pour les vins et 2 Mds pour les fromages en 2001). Les autres produits classés sous la catégorie communautaire des Indications Géographiques Protégées (IGP), c'est-à-dire essentiellement les produits sous Label (volailles, viandes....) réalisent un chiffre d'affaires non négligeable d'un milliard d'euros (68 produits).*

*Si l'on se réfère aux objectifs de la réforme de la politique agricole commune adoptée au cours de l'été 2003, le développement des productions sous signes d'origine devrait se poursuivre à un rythme rapide. Selon certains auteurs, dans les prochaines années, un agriculteur sur trois pourrait à terme être concerné par ces productions. Le mouvement a déjà commencé, et certains producteurs comprennent bien l'intérêt pour eux de se positionner sur les produits haut de gamme.*

*Mais les efforts fournis par les agriculteurs pour investir dans les indications géographiques, pour développer des technologies et des savoir-faire que n'ont pas leurs concurrents, resteraient vains si les indications géographiques ne faisaient pas l'objet d'une protection adéquate sur les marchés internationaux ou si tout un chacun avait le droit de les utiliser.*

*De ce point de vue, les indications géographiques demeurent faiblement protégées au regard des autres droits de propriété intellectuelle. Compte tenu de leur renommée et de la qualité des produits qui en bénéficient, les appellations françaises constituent une cible de choix pour les contrefacteurs étrangers et sont fréquemment usurpées. En outre, certains pays parmi lesquels les Etats-Unis ou l'Australie, se fondant sur la notion de droit acquis par l'usage, utilisent même ces appellations à titre générique.*

*Les stratégies de coopération et d'accords bilatéraux avec nos partenaires sont en ce domaine utiles, mais ne permettent pas d'assurer une protection efficace et globale aux indications géographiques.*

*En fait deux conceptions radicales s'affrontent et les contentieux actuels sont étroitement liés à des causes juridiques, chaque pays ayant mis en place un système différent de protection des indications géographiques. Certains pays disposent de lois spécifiques pour les indications géographiques, d'autres recourent à la loi sur les marques ou à des règles de protection du consommateur, tandis que certains ne s'appuient que sur les usages. Il en résulte donc une opposition d'intérêts entre différents*

---

<sup>65</sup> Cf. sur le sujet, le courrier en annexe en date du 9 avril 2004 du Directeur de l'ONILAIT (Office National Interprofessionnel du Lait et des Produits laitiers). Si le Rapporteur souscrit entièrement à l'analyse du directeur de l'ONILAIT de la nécessité, en réaction à la mondialisation des échanges, de développer des productions plus différenciées, il considère, s'agissant du débat sur l'AOC Camembert de Normandie et de l'origine du lait, qu'il ne convient certainement pas de rouvrir la querelle des races et des qualités organoleptiques des laits, mais d'aborder ce sujet uniquement sous l'angle d'un meilleur positionnement par rapport aux produits génériques.

droits.

*Si l'on s'est préoccupé très tôt de fixer des règles internationales pour se protéger contre les pratiques déloyales, ce n'est qu'avec l'accord ADPIC qui intègre dans le droit international la défense des appellations d'origine et des indications géographiques que des progrès ont véritablement été accomplis. Cette protection concerne tous les produits, mais les vins et spiritueux bénéficient actuellement d'une protection plus forte quoique encore imparfaite.*

*Le renforcement de la protection accordée aux indications géographiques au travers de la création d'un système multilatéral d'enregistrement pour les vins et spiritueux (registre) et l'extension de la protection additionnelle dont bénéficient ces produits à d'autres produits agroalimentaires, constituent un des enjeux du cycle actuel de négociations commerciales multilatérales lancé, dans le cadre de l'OMC, à Doha en novembre 2001 (Cycle du Développement de Doha).*

*Malgré l'échec de la cinquième Conférence ministérielle de l'OMC tenue au mois de septembre 2003 à Cancún au Mexique, cet enjeu demeure au cœur de la stratégie de l'Union Européenne. La protection accrue des indications géographiques et des productions sous signe de qualité est un objectif essentiel inscrit dans le mandat de négociation de la Commission européenne, en pleine cohérence avec l'évolution de la politique agricole commune décidée à Luxembourg en juin 2003.*

*Certains partenaires, certes encore peu nombreux, notamment des pays en développement dont les productions agricoles comptent souvent pour une part très significative de la richesse nationale, soutiennent cette idée d'extension de la protection des indications géographiques.*

*Mais les positions des principaux Membres demeurent très opposées. Les Etats-Unis, notamment, avec d'autres, considèrent qu'il n'y a pas lieu d'aller au-delà des règles actuelles de l'accord ADPIC et que la protection des indications géographiques est suffisante.*

*Parvenir à un accord multilatéral reste indispensable pour atteindre le niveau de protection approprié que l'on recherche au bénéfice des producteurs. Mais il est aujourd'hui avéré que les positions exprimées non seulement par ceux qui sont opposés aux indications géographiques mais aussi par d'autres Membres ayant un intérêt légitime dans la négociation (pays en développement) relèvent tout autant de considérations tactiques que de fond. Le lien est entretenu, plus ou moins formellement, avec la négociation agricole.*

*La Commission européenne (voir sa communication de décembre 2003, « GI : the way forward after Cancún ») ainsi que certains Etats membres seraient prêts à offrir plus de flexibilités dans cette négociation sur les indications géographiques et, en particulier, sur le système multilatéral d'enregistrement pour les vins et spiritueux (registre).*

*On découvre ici l'importance relative que les pays du Nord de l'Europe attachent à ce sujet et la ligne de clivage entre les Etats membres qui a été décrite au début de ce rapport. La France et les plus fervents partisans européens des indications géographiques doivent certainement en tenir compte dans la définition d'une position médiane de l'Union Européenne.*

*Pour le moment la France est réservée sur les flexibilités proposées par la Commission, estimant qu'il est prématuré d'envisager des concessions substantielles sur la question des indications géographiques alors même que les négociations sur les autres sujets, notamment la négociation agricole, sont bloquées ou peu avancées.*

*Il semble illusoire, aujourd'hui, de chercher à faire progresser les négociations sur les indications géographiques par des flexibilités qui seront considérées par nos partenaires comme ayant une portée très réduite.*

*En tout état de cause, il convient certainement de ne pas afficher trop tôt des flexibilités dans la*

mesure où le lien entre le dossier des indications géographiques et les autres sujets de négociation est établi. L'Union Européenne devra chercher à obtenir de ses partenaires des concessions sur le volet des indications géographiques, en échange de flexibilités qu'elle sera amenée à faire sur le dossier agricole lui-même. Compte tenu de la très forte réticence des principaux acteurs, l'Europe devra toutefois aborder ce dossier avec pragmatisme. Les recommandations que nous formulons ci-après tiennent compte de la réalité des rapports de force actuels, qui ont peu de chance de se voir modifiés d'ici la fin du processus de négociation.

### **Recommandation 1 : coopération bilatérale**

- **Poursuivre l'effort de coopération engagé depuis plusieurs années vis-à-vis des pays tiers pour diffuser le plus largement possible le concept d'indication géographique.** Un certain nombre de pays d'importance significative ont adopté récemment des législations intégrant la défense des appellations d'origine.

- **Renforcer la coordination entre les multiples acteurs de cette coopération en France dans un souci d'efficacité et de cohérence.** Un secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Agriculture pourrait en outre être tout spécialement en charge de ce dossier.

- **Soutenir, tout en privilégiant un traitement multilatéral du dossier, l'approche de l'Union Européenne de poursuivre, comme elle semble vouloir le faire, une politique d'accords bilatéraux sur un nombre limité de pays ou groupes de pays.** Très active ces dernières années, l'Union Européenne, au travers d'accords conclus avec de nombreux pays, est parvenue à améliorer la protection des appellations d'origine communautaires, notamment dans le secteur des vins.

### **Recommandation 2 : négociation multilatérale**

La Commission devra avoir une position très ferme dans la négociation si elle entend obtenir des avancées significatives. Rien n'a été fait depuis deux ans et il est impératif que le dossier indications géographiques soit bouclé en même temps que la négociation agricole. Par ailleurs, il est vrai que la Commission est plus concentrée sur le dossier agricole. Selon les acteurs les plus concernés par les indications géographiques : « *la diplomatie n'est pas assez active* ». C'est pourquoi notre Gouvernement et ses alliés européens doivent impérativement rappeler à la Commission son attachement à l'obtention de résultats concrets sur le sujet des indications géographiques.

Par ailleurs, la Commission doit profiter des conclusions du Groupe spécial de l'OMC sur les indications géographiques pour élaborer une stratégie efficace. En effet, le Groupe a pointé le manque d'ouverture de l'Union Européenne aux appellations des pays tiers. Ce serait un signal politique fort que d'enregistrer ces appellations (« *riz Basmati* » par exemple). Ces pays deviendraient alors des alliés dans la négociation. De même, l'Union doit résoudre rapidement ses problèmes internes et avec la Suisse (appellations fromagères transfrontalières). C'est en faisant la preuve de sa bonne volonté que l'Union Européenne pourra s'imposer dans la négociation et montrer toute l'importance qu'elle attache au sujet des indications géographiques.

L'obtention de concessions de la part de nos partenaires sur le dossier des indications géographiques est étroitement liée à celles que l'Europe envisage d'offrir sur le dossier agricole. Etant précisé au préalable, qu'il est préférable de « ne pas avoir d'accord que d'avoir un mauvais accord », deux scénarii nous semblent aujourd'hui envisageables :

*Scénario 1 : en l'absence de progrès significatifs dans la négociation agricole, l'Union Européenne devra envisager des flexibilités beaucoup plus substantielles en matière d'indications géographiques que celles proposées par la Commission.*

En l'absence de concessions jugées suffisantes en matière de subventions à l'exportation et de soutiens internes agricoles, l'Union Européenne devra réexaminer ses ambitions sur le dossier indications

géographiques. Elle devrait dans ce cas de figure probablement renoncer à l'obtention de la « short list », ainsi qu'à l'extension du registre pour laquelle, en dépit des déclarations d'intention de certains pays en développement, elle est la seule à s'engager réellement.

Tout au plus, l'Union Européenne pourrait-elle alors se concentrer sur **la mise en place d'une base de donnée non contraignante** (c'est-à-dire renoncer au bénéfice d'une présomption de validité automatique pour les indications géographiques notifiées). En revanche, cette base de données devrait être applicable à tous les Membres de l'OMC : son caractère universel est en effet un point fondamental auquel il convient de ne pas renoncer. Si le système ne s'appliquait pas à tous les Membres, il n'apporterait rien de plus par rapport à l'arrangement de Lisbonne ; ce système ne créerait pas de droit mais traduirait la mise en oeuvre de l'accord ADPIC : il devrait donc s'appliquer à tous.

*Scénario 2 : les contreparties à d'éventuelles concessions européennes dans le domaine agricole devraient porter en partie sur les indications géographiques*

Avec la mise en oeuvre de la réforme la PAC décidée à Luxembourg, le 26 juin 2003, et les réformes sectorielles décidées pour les productions méditerranéennes (huile d'olive, coton, tabac) et le sucre, l'Union Européenne pourrait disposer de marges de manœuvre supplémentaires par rapport à l'accord euro-américain du 13 août 2003, notamment en matière de soutien interne et de subvention à l'exportation.

Si elle décide d'utiliser pleinement ces marges de manœuvres, l'Union Européenne pourrait aller plus loin que ce qu'elle a déjà mis sur la table à Cancún, sans pour autant remettre en cause la réforme du 26 juin. Elle serait alors en mesure de sécuriser le volet accès au marché agricole et d'obtenir par ailleurs des résultats substantiels, notamment sur les indications géographiques.

**Elle devrait alors chercher à obtenir, par ordre de priorité :**

- 1. la mise en place d'un registre contraignant pour l'ensemble des Membres de l'OMC, car c'est la mise en oeuvre d'un accord déjà signé (article 23.4 de l'Accord ADPIC) ;**
- 2. l'extension de ce registre à des produits autres que les vins et spiritueux, c'est un sujet tactique où il sera plus facile de récupérer des alliés (pays en développement notamment) ;**
- 3. la reconnaissance de la « short list » : cela risque de s'avérer difficile dans la mesure où l'Union Européenne est isolée sur cette proposition et qu'aucun autre membre de l'OMC, hormis la Suisse, n'est susceptible de nous soutenir ; cependant, si cela était possible en toute fin de négociation, il s'agirait du résultat à la portée la plus significative en termes économiques ; cela pourrait aussi être un moyen tactique, en cas de refus de nos partenaires, d'obtenir un effet contraignant pour le registre. En état de cause, c'est une position de repli.**

## CONCLUSION

Les indications géographiques sont un véritable atout aussi bien pour l'agriculture française qu'europpéenne. Deux stratégies complémentaires doivent donc être menées de front : protéger et promouvoir.

Dans le cadre de l'OMC, protéger veut dire faire reconnaître, au niveau multilatéral, le concept d'indication géographique et lui donner une force juridique opposable.

Mais nous sommes convaincus que ce droit ne sera bien respecté que si, dans un cadre bilatéral, nous arrivons à convaincre nos partenaires de la pertinence de ce concept et des bienfaits qu'ils peuvent en retirer. Ce travail nous devons d'abord l'effectuer au sein même de l'Europe afin de convaincre nos partenaires d'Europe du Nord. En fin de compte, promouvoir, c'est protéger les indications géographiques en évitant batailles et contentieux dont nous sortirons immanquablement affaiblis.

Nous ne pouvons demander au monde de protéger uniquement nos produits. Nous devons aussi enregistrer les indications géographiques des pays tiers, en particulier des pays en développement. C'est en réussissant à créer une dynamique d'interdépendance avec de nombreux alliés que nous permettrons aux indications géographiques de vivre et d'être un vrai atout dans un contexte de concurrence de plus en plus sévère.

Le concept d'indication géographique est aussi, aujourd'hui plus que jamais, pertinent compte tenu du mouvement de « tertiarisation » de l'agriculture (intégration du facteur santé, agro-tourisme, etc.). Mais cette activité, marchande certes, n'est pas tout à fait comme les autres. On lui demande désormais de produire également de « l'environnemental », du « bien-être animal », ... et du « territorial ».

Nos concitoyens, dans ce monde internationalisé, ont besoin en plus d'un « ancrage territorial » de biens alimentaires où ils pourront retrouver racines et repères. Cette demande est légitime car cet ancrage est intimement lié à une demande de qualité. Nous ne pouvons nous permettre d'aller contre cette tendance. Mieux encore, nous disposons d'un formidable outil pour l'accompagner. Les indications géographiques sont à la fois un outil d'aménagement du territoire et un moyen de générer plus de valeur ajoutée.

Les négociations à l'OMC sur ce sujet seront difficiles. Elles doivent par contre être une des orientations majeures de la politique agricole européenne au cours des mois prochains. Seule une décision politique forte, portée avec détermination par le Commissaire européen Peter Mandelson devant nos partenaires, peut permettre de faire aboutir ce dossier.

## ANNEXES

Annexe 1	Extrait de l'accord sur les ADPIC (annexe 1C - partie 2. indications géographiques)
Annexe 2	Règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires Règlement (CE) n° 692/03 du Conseil modifiant le règlement (CEE) n°2081/92
Annexe 3	Liste des AOP et IGP françaises (source Commission européenne)
Annexe 4	Extrait du règlement (CE) n° 1782/2003 du Conseil du 29 septembre 2003 établissant les règles communes pour les régimes de soutien direct dans le cadre de la politique agricole commune
Annexe 5	Geographical Indications (GIs) – The way forward after CANCUN (source Commission européenne)
Annexe 6	« Short list » de l'Union européenne (source Commission européenne)
Annexe 7	Termes de références pour une mission d'appui à l'OAPI (source MAAPAR)
Annexe 8	Actions de coopération de la France dans le secteur des indications géographiques (source MAAPAR)
Annexe 9	Courrier du directeur de l'ONILAIT en date du 9 avril 2004, adressé au Rapporteur
Annexe 10	Statuts de l'association ORIGIN
Annexe 11	Allocution prononcée par M. Lamy, Commissaire européen au commerce lors de la création de l'association ORIGIN en juin 2003 (source : ORIGIN)

- **Liste des personnes rencontrées**

- **Références bibliographiques**

## **ANNEXE 1**

Extrait de l'accord sur les ADPIC (annexe 1C – partie 2.  
Indications géographiques)

## ANNEXE 1C

### ACCORD SUR LES ASPECTS DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE QUI TOUCHENT AU COMMERCE

- PARTIE I: DISPOSITIONS GENERALES ET PRINCIPES FONDAMENTAUX
- PARTIE II: NORMES CONCERNANT L'EXISTENCE, LA PORTEE ET L'EXERCICE  
DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE
1. Droit d'auteur et droits connexes
  2. Marques de fabrique ou de commerce
  3. Indications géographiques
  4. Dessins et modèles industriels
  5. Brevets
  6. Schémas de configuration (topographies) de circuits intégrés
  7. Protection des renseignements non divulgués
  8. Contrôle des pratiques anticoncurrentielles dans les licences contractuelles
- PARTIE III: MOYENS DE FAIRE RESPECTER LES DROITS DE PROPRIETE  
INTELLECTUELLE
1. Obligations générales
  2. Procédures et mesures correctives civiles et administratives
  3. Mesures provisoires
  4. Prescriptions spéciales concernant les mesures à la frontière
  5. Procédures pénales
- PARTIE IV: ACQUISITION ET MAINTIEN DES DROITS DE PROPRIETE  
INTELLECTUELLE ET PROCEDURES *INTER PARTES* Y RELATIVES
- PARTIE V: PREVENTION ET REGLEMENT DES DIFFERENDS
- PARTIE VI: DISPOSITIONS TRANSITOIRES
- PARTIE VII: DISPOSITIONS INSTITUTIONNELLES; DISPOSITIONS FINALES

## ACCORD SUR LES ASPECTS DES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE QUI TOUCHENT AU COMMERCE

Les Membres,

*Désireux* de réduire les distorsions et les entraves en ce qui concerne le commerce international, et tenant compte de la nécessité de promouvoir une protection efficace et suffisante des droits de propriété intellectuelle et de faire en sorte que les mesures et les procédures visant à faire respecter les droits de propriété intellectuelle ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime,

*Reconnaissant*, à cette fin, la nécessité d'élaborer de nouvelles règles et disciplines concernant:

- a) l'applicabilité des principes fondamentaux du GATT de 1994 et des accords ou conventions internationaux pertinents en matière de propriété intellectuelle,
- b) l'élaboration de normes et principes adéquats concernant l'existence, la portée et l'exercice des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce,
- c) l'élaboration de moyens efficaces et appropriés pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, compte tenu des différences entre les systèmes juridiques nationaux,
- d) l'élaboration de procédures efficaces et rapides pour la prévention et le règlement, au plan multilatéral, des différends entre gouvernements, et
- e) des dispositions transitoires visant à ce que la participation aux résultats des négociations soit la plus complète,

*Reconnaissant* la nécessité d'établir un cadre multilatéral de principes, règles et disciplines relatifs au commerce international des marchandises de contrefaçon,

*Reconnaissant* que les droits de propriété intellectuelle sont des droits privés,

*Reconnaissant* les objectifs fondamentaux de politique générale publique des systèmes nationaux de protection de la propriété intellectuelle, y compris les objectifs en matière de développement et de technologie,

*Reconnaissant* aussi les besoins spéciaux des pays les moins avancés Membres en ce qui concerne la mise en oeuvre des lois et réglementations au plan intérieur avec un maximum de flexibilité pour que ces pays puissent se doter d'une base technologique solide et viable,

*Soulignant* qu'il importe de réduire les tensions en contractant des engagements renforcés de résoudre par des procédures multilatérales les différends sur des questions de propriété intellectuelle touchant au commerce,

*Désireux* d'instaurer un soutien mutuel entre l'OMC et l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (ci-après dénommée l'"OMPI") et d'autres organisations internationales compétentes,

*Conviennent* de ce qui suit:

(.../...)

## PARTIE II

### NORMES CONCERNANT L'EXISTENCE, LA PORTEE ET L'EXERCICE DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE

(.../...)

#### SECTION 3: INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

##### *Article 22*

##### *Protection des indications géographiques*

1. Aux fins du présent accord, on entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.
2. Pour ce qui est des indications géographiques, les Membres prévoiront les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher:
  - a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit;
  - b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la Convention de Paris (1967).
3. Un Membre refusera ou invalidera, soit d'office si sa législation le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique ou est constituée par une telle indication, pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué, si l'utilisation de cette indication dans la marque de fabrique ou de commerce pour de tels produits dans ce Membre est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine.
4. La protection visée aux paragraphes 1, 2 et 3 sera applicable contre une indication géographique qui, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits sont originaires, donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire.

##### *Article 23*

##### *Protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux*

1. Chaque Membre prévoira les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique identifiant des vins pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, ou identifiant des spiritueux

pour des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres.<sup>1</sup>

2. L'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des vins qui contient une indication géographique identifiant des vins ou qui est constituée par une telle indication, ou l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des spiritueux qui contient une indication géographique identifiant des spiritueux ou qui est constituée par une telle indication, sera refusé ou invalidé, soit d'office si la législation d'un Membre le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, en ce qui concerne les vins ou les spiritueux qui n'ont pas cette origine.

3. En cas d'homonymie d'indications géographiques pour les vins, la protection sera accordée à chaque indication, sous réserve des dispositions du paragraphe 4 de l'article 22. Chaque Membre fixera les conditions pratiques dans lesquelles les indications homonymes en question seront différenciées les unes des autres, compte tenu de la nécessité d'assurer un traitement équitable des producteurs concernés et de faire en sorte que les consommateurs ne soient pas induits en erreur.

4. Afin de faciliter la protection des indications géographiques pour les vins, des négociations seront menées au Conseil des ADPIC concernant l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins susceptibles de bénéficier d'une protection dans les Membres participant au système.

#### *Article 24*

##### *Négociations internationales; exceptions*

1. Les Membres conviennent d'engager des négociations en vue d'accroître la protection d'indications géographiques particulières au titre de l'article 23. Les dispositions des paragraphes 4 à 8 ne seront pas invoquées par un Membre pour refuser de mener des négociations ou de conclure des accords bilatéraux ou multilatéraux. Dans le cadre de ces négociations, les Membres seront prêts à examiner l'applicabilité continue de ces dispositions aux indications géographiques particulières dont l'utilisation aura fait l'objet de ces négociations.

2. Le Conseil des ADPIC examinera de façon suivie l'application des dispositions de la présente section; il procédera au premier examen dans un délai de deux ans à compter de l'entrée en vigueur de l'Accord sur l'OMC. Toute question concernant le respect des obligations découlant de ces dispositions pourra être portée à l'attention du Conseil, qui, à la demande d'un Membre, tiendra des consultations avec tout (tous) Membre(s) au sujet de la question pour laquelle il n'aura pas été possible de trouver une solution satisfaisante par voie de consultations bilatérales ou plurilatérales entre les Membres concernés. Le Conseil prendra les mesures qui pourront être convenues pour faciliter le fonctionnement de la présente section et favoriser la réalisation de ses objectifs.

3. Lorsqu'il mettra en oeuvre la présente section, un Membre ne diminuera pas la protection des indications géographiques qui existait dans ce Membre immédiatement avant la date d'entrée en vigueur de l'Accord sur l'OMC.

4. Aucune disposition de la présente section n'exigera d'un Membre qu'il empêche un usage continu et similaire d'une indication géographique particulière d'un autre Membre identifiant des vins ou des spiritueux, en ce qui concerne des produits ou des services, par un de ses ressortissants ou une des personnes domiciliées sur son territoire qui a utilisé cette indication géographique de manière

---

<sup>1</sup> Nonobstant la première phrase de l'article 42, les Membres pourront, pour ce qui est de ces obligations, prévoir des mesures administratives pour les faire respecter.

continue pour des produits ou services identiques ou apparentés sur le territoire de ce Membre soit a) pendant au moins 10 ans avant le 15 avril 1994, soit b) de bonne foi avant cette date.

5. Dans les cas où une marque de fabrique ou de commerce a été déposée ou enregistrée de bonne foi, ou dans les cas où les droits à une marque de fabrique ou de commerce ont été acquis par un usage de bonne foi:

- a) avant la date d'application des présentes dispositions dans ce Membre telle qu'elle est définie dans la Partie VI, ou
- b) avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine,

les mesures adoptées pour mettre en oeuvre la présente section ne préjugeront pas la recevabilité ou la validité de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce, ou le droit de faire usage d'une marque de fabrique ou de commerce, au motif que cette marque est identique ou similaire à une indication géographique.

6. Aucune disposition de la présente section n'exigera d'un Membre qu'il applique les dispositions de la présente section en ce qui concerne une indication géographique de tout autre Membre pour les produits ou services dont l'indication pertinente est identique au terme usuel employé dans le langage courant comme nom commun de ces produits ou services sur le territoire de ce Membre. Aucune disposition de la présente section n'exigera d'un Membre qu'il applique les dispositions de la présente section en ce qui concerne une indication géographique de tout autre Membre pour les produits de la vigne dont l'indication pertinente est identique au nom usuel d'une variété de raisin existant sur le territoire de ce Membre à la date d'entrée en vigueur de l'Accord sur l'OMC.

7. Un Membre pourra disposer que toute demande formulée au titre de la présente section au sujet de l'usage ou de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce devra être présentée dans un délai de cinq ans après que l'usage préjudiciable de l'indication protégée sera devenu généralement connu dans ce Membre ou après la date d'enregistrement de la marque de fabrique ou de commerce dans ce Membre, à condition que la marque ait été publiée à cette date, si celle-ci est antérieure à la date à laquelle l'usage préjudiciable sera devenu généralement connu dans ce Membre, à condition que l'indication géographique ne soit pas utilisée ou enregistrée de mauvaise foi.

8. Les dispositions de la présente section ne préjugeront en rien le droit de toute personne d'utiliser, au cours d'opérations commerciales, son nom ou celui de son prédécesseur en affaires, sauf si ce nom est utilisé de manière à induire le public en erreur.

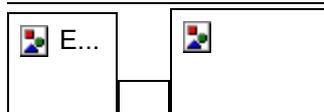
9. Il n'y aura pas obligation en vertu du présent accord de protéger des indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui cessent de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays.

(.../...)

## **ANNEXE 2**

Règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil  
du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques  
et des appellations d'origine des produits agricoles  
et des denrées alimentaires

Règlement (CE) n° 692/03 du Conseil  
modifiant le règlement (CEE) n° 2081 :92



### **31992R2081**

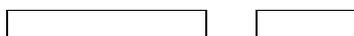
Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires

*Journal officiel n° L 208 du 24/07/1992 p. 0001 - 0008*

*édition spéciale finnoise: chapitre 3 tome 43 p. 0153*

*édition spéciale suédoise: chapitre 3 tome 43 p. 0153*

*CONSLEG - 92R2081 - 13/06/1997 - 21 p.*



RÈGLEMENT (CEE) N° 2081/92 DU CONSEIL du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires

LE CONSEIL DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté économique européenne, et notamment son article 43,

vu la proposition de la Commission (1),

vu l'avis du Parlement européen (2),

vu l'avis du Comité économique et social (3),

considérant que la production, la fabrication et la distribution de produits agricoles et de denrées alimentaires occupent une place importante dans l'économie de la Communauté; considérant que, dans le cadre de la réorientation de la politique agricole commune, il convient de favoriser la diversification de la production agricole afin de réaliser sur le marché, un meilleur équilibre entre l'offre et la demande; que la promotion de produits présentant certaines caractéristiques peut devenir un atout important pour le monde rural, notamment dans les zones défavorisées ou éloignées, en assurant, d'une part, l'amélioration du revenu des agriculteurs et, d'autre part, la fixation de la population rurale dans ces zones;

considérant, par ailleurs, qu'il a été constaté, au cours de ces dernières années, que les consommateurs ont tendance à privilégier, pour leur alimentation plutôt la qualité que la quantité; que cette recherche de produits spécifiques se traduit, entre autres, par une demande de plus en plus importante de produits agricoles ou de denrées alimentaires d'une origine géographique certaine;

considérant que, face à la diversité des produits mis sur le marché et à la multitude des informations données à leur sujet, le consommateur doit, pour pouvoir mieux faire son choix, disposer d'une information claire et brève le renseignant de façon précise sur l'origine du produit ;

considérant que les produits agricoles et les denrées alimentaires sont soumis, en ce qui concerne leur étiquetage, aux règles générales établies dans la Communauté et notamment au respect de la directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que par la publicité faite à leur égard (4); que, compte tenu de leur spécificité, il convient d'arrêter des dispositions particulières complémentaires pour les produits agricoles et les denrées alimentaires provenant d'une aire géographique délimitée;

considérant que la volonté de protéger des produits agricoles ou denrées alimentaires identifiables quant à leur origine géographique a conduit certains États membres à la création d'« appellations d'origine contrôlée »; que celles-ci se sont développées à la satisfaction des producteurs qui obtiennent des meilleurs revenus en contrepartie d'un effort qualitatif réel et à la satisfaction des consommateurs qui disposent de produits spécifiques avec des garanties sur leur méthode de fabrication et leur origine;

considérant, toutefois, que les pratiques nationales dans la mise en oeuvre des appellations d'origine et des indications géographiques sont actuellement disparates; qu'il est nécessaire d'envisager une approche communautaire; que, en effet, un cadre de règles communautaires comportant un régime de protection permettra aux indications géographiques et aux appellations d'origine de se développer du fait que ce cadre garantira, à travers une approche plus uniforme, des conditions de concurrence égale entre les producteurs de produits bénéficiant de ces mentions et qu'il conduira à une meilleure crédibilité de ces produits aux yeux des consommateurs;

considérant qu'il convient que la réglementation envisagée s'applique sans préjudice de la législation communautaire déjà existante relative aux vins et aux boissons spiritueuses qui vise à établir un niveau de protection plus élevé;

considérant que le champ d'application du présent règlement se limite à certains produits agricoles et denrées alimentaires pour lesquels il existe un lien entre les caractéristiques du produit ou de la denrée et son origine géographique; que, toutefois, ce champ d'application pourrait être élargi, si nécessaire, à d'autres produits ou denrées;

considérant que, compte tenu des pratiques existantes, il convient de définir deux niveaux différents de référence géographique, à savoir, les indications géographiques protégées et les appellations d'origine protégées;

considérant qu'un produit agricole ou une denrée alimentaire bénéficiant d'une telle mention doit répondre à un certain nombre de conditions énumérées dans un cahier des charges;

considérant que, pour bénéficier d'une protection dans tout État membre, les indications géographiques et les appellations d'origine doivent être enregistrées au niveau communautaire; que l'inscription dans un registre permet également d'assurer l'information des professionnels et des consommateurs;

considérant que la procédure d'enregistrement doit permettre à toute personne individuellement et directement concernée de faire valoir ses droits en notifiant son

opposition à la Commission à travers l'État membre;

considérant qu'il convient de disposer de procédures permettant, après enregistrement, soit l'adaptation du cahier des charges, notamment face à l'évolution des connaissances technologiques, soit le retrait du registre de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire lorsque ce produit ou cette denrée n'est plus conforme au cahier des charges pour lequel il ou elle avait bénéficié de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine;

considérant qu'il convient de permettre des échanges avec les pays tiers qui peuvent fournir des garanties équivalentes concernant l'octroi et le contrôle des indications géographiques ou des appellations d'origine délivrées sur leur territoire;

considérant qu'il convient de prévoir une procédure instaurant une coopération étroite entre les États membres et la Commission au sein d'un comité à caractère réglementaire créé à cet effet,

## A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

### Article premier

1. Le présent règlement établit les règles relatives à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles destinés à l'alimentation humaine visés à l'annexe II du traité et des denrées alimentaires visées à l'annexe I du présent règlement ainsi que des produits agricoles visés à l'annexe II du présent règlement.

Toutefois, le présent règlement ne s'applique ni aux produits relevant du secteur viti-vinicole ni aux boissons spiritueuses.

L'annexe I peut être modifiée, conformément à la procédure prévue à l'article 15.

2. Le présent règlement s'applique sans préjudice d'autres dispositions communautaires particulières.

3. La directive 83/189/CEE du Conseil, du 28 mars 1983, prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques (5), ne s'applique ni aux appellations d'origine ni aux indications géographiques faisant l'objet du présent règlement.

### Article 2

1. La protection communautaire des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et denrées alimentaires est obtenue conformément au présent règlement.

2. Aux fins du présent règlement, on entend par:

a) « appellation d'origine »: le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire:

- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays

et

- dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la

transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée;

b) « indication géographique »: le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire:

- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays

et

- dont une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique et dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

3. Sont également considérées comme des appellations d'origine, certaines dénominations traditionnelles, géographiques ou non, désignant un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire d'une région ou d'un lieu déterminé et qui remplit les conditions visées au paragraphe 2 point a) deuxième tiret.

4. Par dérogation au paragraphe 2 point a), sont assimilées à des appellations d'origine certaines désignations géographiques dont les matières premières des produits concernés proviennent d'une aire géographique plus vaste ou différente de l'aire de transformation, à condition:

- que l'aire de production de la matière première soit délimitée

et

- qu'il existe des conditions particulières pour la production des matières premières

et

- qu'il existe un régime de contrôle assurant le respect de ces conditions.

5. Aux fins du paragraphe 4, ne sont considérés comme matières premières que les animaux vivants, les viandes et le lait. L'utilisation d'autres matières premières peut être admise selon la procédure prévue à l'article 15.

6. Pour pouvoir bénéficier de la dérogation prévue au paragraphe 4, les désignations en cause doivent être reconnues ou bien avoir déjà été reconnues comme appellations d'origine bénéficiant d'une protection nationale par l'État membre concerné ou, si un tel régime n'existe pas, avoir justifié d'un caractère traditionnel ainsi que d'une réputation et d'une notoriété exceptionnelles.

7. Pour pouvoir bénéficier de la dérogation prévue au paragraphe 4, les demandes d'enregistrement doivent être effectuées dans un délai de deux ans suivant la date d'entrée en vigueur du présent règlement.

### Article 3

1. Les dénominations devenues génériques ne peuvent être enregistrées.

Aux fins du présent règlement, on entend par « dénomination devenue générique », le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire qui, bien que se rapportant au lieu ou à la région où ce produit agricole ou cette denrée alimentaire a été initialement produit ou commercialisé, est devenu le nom commun d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire.

Pour déterminer si un nom est devenu générique, il est tenu compte de tous les facteurs et notamment:

- de la situation existant dans l'État membre où le nom a son origine et dans les zones de consommation,

- de la situation existant dans d'autres États membres,
- des législations nationales ou communautaires pertinentes.

Si, au terme de la procédure définie aux articles 6 et 7, une demande d'enregistrement est rejetée parce qu'une dénomination est devenue générique, la Commission publie cette décision au Journal officiel des Communautés européennes.

2. Un nom ne peut être enregistré comme appellation d'origine ou comme indication géographique lorsqu'il est en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale et que, de ce fait, il est susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit.

3. Avant l'entrée en vigueur du présent règlement, le Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission, établit et publie au Journal officiel des Communautés européennes une liste indicative non exhaustive des noms des produits agricoles ou des denrées alimentaires qui relèvent du présent règlement et qui sont considérés, aux termes du paragraphe 1, comme génériques et ne peuvent, de ce fait, être enregistrés au titre du présent règlement.

#### Article 4

1. Pour pouvoir bénéficier d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP), un produit agricole ou une denrée alimentaire doit être conforme à un cahier des charges.

2. Le cahier des charges comporte au moins les éléments suivants:

- a) le nom du produit agricole ou de la denrée alimentaire comprenant l'appellation d'origine ou l'indication géographique;
- b) la description du produit agricole ou de la denrée alimentaire comprenant les matières premières, le cas échéant, et les principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques et/ou organoleptiques du produit ou de la denrée;
- c) la délimitation de l'aire géographique et, le cas échéant, les éléments indiquant le respect des conditions prévues à l'article 2 paragraphe 4;
- d) les éléments prouvant que le produit agricole ou la denrée alimentaire sont originaires de l'aire géographique, au sens de l'article 2 paragraphe 2 point a) ou b), selon le cas;
- e) la description de la méthode d'obtention du produit agricole ou de la denrée alimentaire et, le cas échéant, les méthodes locales, loyales et constantes;
- f) les éléments justifiant le lien avec le milieu géographique ou avec l'origine géographique au sens de l'article 2 paragraphe 2 point a) ou b), selon le cas;
- g) les références concernant la ou les structures de contrôle prévues à l'article 10;
- h) les éléments spécifiques de l'étiquetage liés à la mention « AOP » ou « IGP », selon le cas, ou les mentions traditionnelles nationales équivalentes;
- i) les exigences éventuelles à respecter en vertu de dispositions communautaires et/ou nationales.

#### Article 5

1. Seul un groupement ou, sous certaines conditions à arrêter selon la procédure prévue à l'article 15, une personne physique ou morale, est habilité à introduire une demande d'enregistrement.

Aux fins du présent article, on entend par « groupement », toute organisation, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition, de producteurs et/ou de transformateurs concernés par

le même produit agricole ou par la même denrée alimentaire. D'autres parties intéressées peuvent prendre part au groupement.

2. Un groupement, ou une personne physique ou morale, ne peut introduire une demande d'enregistrement que pour les produits agricoles ou denrées alimentaires qu'elle produit ou obtient, au sens de l'article 2 paragraphe 2 point a) ou b).

3. La demande d'enregistrement comprend notamment le cahier des charges visé à l'article 4.

4. La demande d'enregistrement est adressée à l'État membre dans lequel est située l'aire géographique.

5. L'État membre vérifie que la demande est justifiée et la transmet à la Commission, accompagnée du cahier des charges visé à l'article 4 et des autres documents sur lesquels il a fondé sa décision, lorsqu'il estime que les exigences du présent règlement sont remplies.

Si la demande concerne une dénomination désignant également une aire géographique située dans un autre État membre, l'État membre en question est consulté avant toute prise de décision.

6. Les États membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires au respect du présent article.

#### Article 6

1. La Commission vérifie, dans un délai de six mois, par un examen formel, que la demande d'enregistrement comprend tous les éléments prévus à l'article 4.

La Commission informe l'État membre concerné de ses conclusions.

2. Si, compte tenu des dispositions du paragraphe 1, la Commission est parvenue à la conclusion que la dénomination réunit les conditions pour être protégée, elle publie au Journal officiel des Communautés européennes le nom et l'adresse du demandeur, le nom du produit, les éléments principaux de la demande, les références aux dispositions nationales qui régissent son élaboration, sa production ou sa fabrication et, au besoin, les considérants à la base de ses conclusions.

3. Si aucune déclaration d'opposition n'est notifiée à la Commission conformément à l'article 7, la dénomination est inscrite dans un registre tenu par la Commission, intitulé « Registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées », qui contient les noms des groupements et des organismes de contrôle concernés.

4. La Commission procède à la publication au Journal officiel des Communautés européennes des:

- dénominations inscrites au registre,
- modifications apportées au registre conformément aux articles 9 et 11.

5. Si, compte tenu de l'examen prévu au paragraphe 1, la Commission est parvenue à la conclusion que la dénomination ne réunit pas les conditions pour être protégée, elle décide, selon la procédure prévue à l'article 15, de ne pas procéder à la publication prévue au paragraphe 2 du présent article.

Avant les publications prévues aux paragraphes 2 et 4 et l'enregistrement prévu au paragraphe 3, la Commission peut demander l'avis du comité prévu à l'article 15.

#### Article 7

1. Dans un délai de six mois à compter de la date de publication au Journal officiel des Communautés européennes, prévue à l'article 6 paragraphe 2, tout État membre peut se déclarer opposé à l'enregistrement.

2. Les autorités compétentes des États membres veillent à ce que toute personne pouvant justifier d'un intérêt économique légitime soit autorisée à consulter la demande. En outre, conformément à la situation existant dans les États membres, ceux-ci peuvent prévoir que d'autres parties ayant un intérêt légitime peuvent y avoir accès.

3. Toute personne physique ou morale légitimement concernée peut s'opposer à l'enregistrement envisagé par l'envoi d'une déclaration dûment motivée à l'autorité compétente de l'État membre dans lequel elle réside ou est établie. L'autorité compétente adopte les mesures nécessaires pour prendre en considération ces remarques ou cette opposition dans les délais requis.

4. Pour être recevable, toute déclaration d'opposition doit:

- soit démontrer le non-respect des conditions visées à l'article 2,
- soit démontrer que l'enregistrement du nom proposé porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement homonyme ou d'une marque ou à l'existence des produits qui se trouvent légalement sur le marché au moment de la publication du présent règlement au Journal officiel des Communautés européennes,
- soit préciser les éléments permettant de conclure au caractère générique du nom dont l'enregistrement est demandé.

5. Lorsque une opposition est recevable au sens du paragraphe 4, la Commission invite les États membres intéressés à chercher un accord entre eux en conformité avec leurs procédures internes, dans un délai de trois mois. Si:

a) un tel accord intervient, lesdits États membres notifient à la Commission tous les éléments ayant permis ledit accord, ainsi que l'avis du demandeur et celui de l'opposant. Si les informations reçues en vertu de l'article 5 n'ont pas subi de modifications, la Commission procède conformément à l'article 6 paragraphe 4. Dans le cas contraire, elle réengage la procédure prévue à l'article 7;

b) aucun accord n'intervient, la Commission arrête une décision conformément à la procédure prévue à l'article 15, en tenant compte des usages loyalement et traditionnellement pratiqués et des risques effectifs de confusion. S'il est décidé de procéder à l'enregistrement, la Commission procède à la publication conformément à l'article 6 paragraphe 4.

#### Article 8

Les mentions « AOP », « IGP » ou les mentions traditionnelles nationales équivalentes ne peuvent figurer que sur les produits agricoles et les denrées alimentaires conformes au présent règlement.

#### Article 9

L'État membre concerné peut demander la modification d'un cahier des charges, notamment pour tenir compte de l'évolution des connaissances scientifiques et techniques ou pour revoir la délimitation géographique. La procédure de l'article 6 s'applique mutatis mutandis. Toutefois, la Commission peut décider, selon la procédure de l'article 15, de ne pas appliquer la procédure prévue à l'article 6, lorsque la modification est mineure.

#### Article 10

1. Les États membres veillent à ce que les structures de contrôle soient en place au plus tard six mois après la date d'entrée en vigueur du présent règlement, la mission de ces structures étant d'assurer que les produits agricoles et denrées alimentaires portant une dénomination protégée répondent aux exigences du cahier des charges.

2. Une structure de contrôle peut comporter un ou plusieurs services de contrôle désignés et/ou organismes privés agréés à cet effet par l'État membre. Les États membres communiquent à la Commission les listes de services et/ou organismes agréés ainsi que leurs compétences respectives. La Commission publie ces informations au Journal officiel des Communautés européennes.

3. Les services de contrôle désignés et/ou les organismes privés doivent, d'une part, offrir des garanties suffisantes d'objectivité et d'impartialité à l'égard de tout producteur ou transformateur soumis à leur contrôle et, d'autre part, avoir en permanence à leur disposition

des experts et les moyens nécessaires pour assurer les contrôles des produits agricoles et des denrées alimentaires portant une dénomination protégée.

Si une structure de contrôle fait appel à un organisme tiers pour réaliser certains contrôles, ce dernier doit présenter les mêmes garanties. Dans ce cas, les services de contrôle désignés et/ou les organismes privés agréés demeurent, toutefois, responsables vis-à-vis de l'État membre en ce qui concerne tous les contrôles.

À partir du 1er janvier 1998, pour être agréés par un État membre aux fins de l'application du présent règlement, les organismes doivent remplir les conditions définies dans la norme EN 45011 du 26 juin 1989.

4. Lorsque les services de contrôle désignés et/ou les organismes privés d'un État membre constatent qu'un produit agricole ou une denrée alimentaire portant une dénomination protégée originaire de son État membre ne répond pas aux exigences du cahier des charges, ils prennent les mesures nécessaires pour assurer le respect du présent règlement. Ils informent l'État membre des mesures prises dans l'exercice de leurs contrôles. Les parties intéressées doivent recevoir notification de toutes les décisions prises.

5. Un État membre doit retirer l'agrément d'un organisme de contrôle lorsque les conditions visées aux paragraphes 2 et 3 ne sont plus remplies. Il en informe la Commission qui publie au Journal officiel des Communautés européennes une liste révisée des organismes agréés.

6. Les États membres adoptent les mesures nécessaires pour assurer qu'un producteur qui respecte le présent règlement ait accès au système de contrôle.

7. Les coûts occasionnés par les contrôles prévus par le présent règlement sont supportés par les producteurs utilisant la dénomination protégée.

#### Article 11

1. Tout État membre peut faire valoir qu'une condition prévue dans le cahier des charges d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire bénéficiant d'une dénomination protégée n'est pas remplie.

2. L'État membre visé au paragraphe 1 fait part de ses observations à l'État membre concerné. Ce dernier examine la plainte et informe l'autre État membre de ses conclusions et des mesures prises.

3. Au cas où les irrégularités se répètent et où les États membres concernés ne peuvent parvenir à un accord, une requête dûment motivée doit être adressée à la Commission.

4. La Commission examine la plainte en consultant les États membres concernés. Le cas échéant, après consultation du comité prévu à l'article 15, la Commission prend les mesures nécessaires. Parmi celles-ci peut figurer l'annulation de l'enregistrement.

#### Article 12

1. Sans préjudice des accords internationaux, le présent règlement s'applique aux produits agricoles ou aux denrées alimentaires en provenance d'un pays tiers, à condition:

- que le pays tiers soit en mesure de donner des garanties identiques ou équivalentes à celles qui sont visées à l'article 4,- qu'il existe dans le pays tiers concerné un régime de contrôle équivalent à celui défini à l'article 10,

- que le pays tiers concerné soit disposé à accorder une protection équivalente à celle existant dans la Communauté, aux produits agricoles ou aux denrées alimentaires correspondants provenant de la Communauté.

2. Lorsqu'une dénomination protégée d'un pays tiers et une dénomination protégée communautaire sont homonymes, l'enregistrement est accordé en tenant dûment compte des usages locaux et traditionnels et des risques effectifs de confusion.

L'usage de telles dénominations n'est autorisé que si le pays d'origine du produit est

clairement et visiblement indiqué sur l'étiquette.

### Article 13

1. Les dénominations enregistrées sont protégées contre toute :

- a) utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée pour des produits non couverts par l'enregistrement, dans la mesure où ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou dans la mesure où cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée ;
- b) usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que « genre », « type », « méthode », « façon », « imitation » ou d'une expression similaire ;

c) autre indication fautive 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, ainsi que l'utilisation pour le conditionnement d'un récipient de nature à créer une impression erronée sur l'origine ;

d) autre pratique susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit.

Lorsqu'une dénomination enregistrée contient en elle-même le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire considéré comme générique, l'utilisation de ce nom générique sur les produits ou denrées correspondants n'est pas considérée comme contraire au premier alinéa point a) ou b).

2. Toutefois, les États membres peuvent maintenir les mesures nationales autorisant l'utilisation des expressions visées au paragraphe 1 point b) pendant une période limitée à cinq ans au maximum après la date de publication du présent règlement, à condition que :

- les produits aient été commercialisés légalement sous cette expression durant au moins cinq ans avant la date de publication du présent règlement,
- l'étiquetage fasse clairement apparaître l'origine véritable du produit.

Cependant, cette exception ne peut conduire à commercialiser librement les produits sur le territoire d'un État membre pour lequel ces expressions étaient interdites.

3. Les dénominations protégées ne peuvent devenir génériques.

### Article 14

1. Lorsqu'une appellation d'origine ou une indication géographique est enregistrée conformément au présent règlement, la demande d'enregistrement d'une marque correspondant à l'une des situations visées à l'article 13 et concernant le même type de produit est refusée, à condition que la demande d'enregistrement de la marque soit présentée après la date de la publication prévue à l'article 6 paragraphe 2.

Les marques enregistrées contrairement au premier alinéa sont annulées.

Le présent paragraphe s'applique également quand la demande d'enregistrement d'une marque est déposée avant la date de la publication de la demande d'enregistrement prévue à l'article 6 paragraphe 2, à condition que cette publication soit faite avant l'enregistrement de la marque.

2. Dans le respect du droit communautaire, l'usage d'une marque correspondant à l'une des situations visées à l'article 13, enregistrée de bonne foi avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique peut se poursuivre nonobstant l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, lorsque la marque n'encourt pas les motifs de nullité ou de déchéance prévus respectivement par la directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations

des États membres sur les marques (6), à son article 3 paragraphe 1 points c) et g) et à son article 12 paragraphe 2 point b).

3. Une appellation d'origine ou une indication géographique n'est pas enregistrée lorsque, compte tenu de la renommée d'une marque, de sa notoriété et de la durée de son usage, l'enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit.

#### Article 15

La Commission est assistée par un comité composé des représentants des États membres et présidé par le représentant de la Commission.

Le représentant de la Commission soumet au comité un projet des mesures à prendre. Le comité émet son avis sur ce projet dans un délai que le président peut fixer en fonction de l'urgence de la question en cause. L'avis est émis à la majorité prévue à l'article 148 paragraphe 2 du traité pour l'adoption des décisions que le Conseil est appelé à prendre sur proposition de la Commission. Lors des votes au sein du comité, les voix des représentants des États membres sont affectées de la pondération définie à l'article précité. Le président ne prend pas part au vote.

La Commission arrête les mesures envisagées lorsqu'elles sont conformes à l'avis du comité. Lorsque les mesures envisagées ne sont pas conformes à l'avis du comité, ou en l'absence de l'avis, la Commission soumet sans tarder au Conseil une proposition relative aux mesures à prendre. Le Conseil statue à la majorité qualifiée.

Si, à l'expiration d'un délai de trois mois à compter de la saisine du Conseil, celui-ci n'a pas statué, les mesures proposées sont arrêtées par la Commission.

#### Article 16

Les modalités d'application du présent règlement sont arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15.

#### Article 17

1. Dans un délai de six mois suivant la date d'entrée en vigueur du présent règlement, les États membres communiquent à la Commission quelles sont, parmi leurs dénominations légalement protégées ou, dans les États membres où un système de protection n'existe pas, consacrées par l'usage, celles qu'ils désirent faire enregistrer en vertu du présent règlement.

2. La Commission enregistre, selon la procédure prévue à l'article 15, les dénominations visées au paragraphe 1 qui sont conformes aux articles 2 et 4. L'article 7 ne s'applique pas. Toutefois, les dénominations génériques ne sont pas enregistrées.

3. Les États membres peuvent maintenir la protection nationale des dénominations communiquées conformément au paragraphe 1 jusqu'à la date à laquelle une décision sur l'enregistrement est prise.

#### Article 18

Le présent règlement entre en vigueur douze mois après la date de sa publication au Journal officiel des Communautés européennes.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 14 juillet 1992.

Par le Conseil

Le président

J. GUMMER

- (1) JO n° C du 6. 2. 1991, p. 9.  
JO n° C 69 du 18. 3. 1992, p. 15.
- (2) JO n° C 326 du 16. 12. 1991, p. 35.
- (3) JO n° C 269 du 14. 10. 1991, p. 62.
- (4) JO n° L 33 du 8. 2. 1979, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 91/72/CEE (JO n° L 42 du 15. 2. 1991, p. 27).
- (5) JO n° L 109 du 26. 4. 1983, p. 8. Directive modifiée en dernier lieu par la décision 90/230/CEE (JO n° L 128 du 18. 5. 1990, p. 15).
- (6) JO n° L 40 du 11. 2. 1989, p. 1. Directive modifiée par la décision 92/10/CEE (JO n° L 6 du 11. 1. 1992, p. 35).

## ANNEXE I

Denrées alimentaires visées à l'article 1er paragraphe 1

- Bières
- Eaux minérales naturelles et eaux de source
- Boissons à base d'extraits de plantes
- Produits de la boulangerie, de la pâtisserie, de la confiserie ou de la biscuiterie
- Gommés et résines naturelles

## ANNEXE II

Produits agricoles visées à l'article 1er paragraphe 1

- Foin
- Huiles essentielles

*(Actes dont la publication est une condition de leur applicabilité)*

**RÈGLEMENT (CE) No 692/2003 DU CONSEIL**  
**du 8 avril 2003**  
**modifiant le règlement (CEE) no 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et**  
**des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires**

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 37,

vu la proposition de la Commission (1),

vu l'avis du Parlement européen (2),

vu l'avis du Comité économique et social (3),

vu l'avis du Comité des régions (4),

considérant ce qui suit:

- (1) Le règlement (CEE) no 2081/92 (5) ne s'applique ni aux produits relevant du secteur vitivinicole ni aux boissons spiritueuses; toutefois, pour éviter un vide de protection, il apparaît opportun d'inclure le vinaigre de vin dans le champ d'application prévu à l'article 1er. Il s'avère aussi nécessaire, afin de répondre aux attentes de certains producteurs, d'étendre la liste de produits agricoles visée à l'annexe II du règlement (CEE) no 2081/92. De plus, il est opportun d'étendre la liste visée à l'annexe I dudit règlement pour inclure des denrées résultant de produits de l'annexe I du Traité soumis à une transformation faible.
- (2) L'annexe I du règlement (CEE) no 2081/92, contenant des denrées alimentaires susceptibles d'être enregistrées, inclut entre autres les eaux minérales naturelles et les eaux de sources. Lors de l'examen de demandes d'enregistrement plusieurs problèmes ont été constatés. Ces problèmes concernent l'existence de noms identiques pour des eaux distinctes, l'existence de noms de fantaisie qui ne sont pas couverts par les dispositions dudit règlement, la constatation que les noms en cause se prêtent mal à l'enregistrement en vertu de ce règlement, notamment compte tenu des conséquences qui découlent de l'article 13. Ces problèmes ont suscité de multiples conflits pratiques lors de la mise en œuvre dudit règlement.
- (3) Les eaux minérales et les eaux de sources font déjà l'objet de la directive 80/777/CEE du Conseil du 15 juillet 1980 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'exploitation et la mise dans le commerce des eaux minérales naturelles (6). Même si cette directive<sup>2</sup> n'a pas exactement la même finalité que

le règlement (CEE) no 2081/92, elle réalise toutefois une réglementation suffisante au niveau communautaire desdites eaux minérales et eaux de sources; en conséquence, il n'est pas opportun d'enregistrer des dénominations concernant les eaux minérales et les eaux de sources. Il convient, donc de supprimer les eaux minérales et les eaux de sources de l'annexe I du règlement (CEE) no 2081/92. Étant donné que certaines dénominations avaient déjà été enregistrées par le règlement (CE) no 1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) no 2081/92 du Conseil (7), il convient pour éviter tout préjudice, de prévoir une période transitoire jusqu'au 31 décembre 2013, après laquelle ces dénominations ne feront plus partie du registre prévu à l'article 6, paragraphe 3, du règlement (CEE) no 2081/92.

- (4) L'article 4 du règlement (CEE) no 2081/92 établit une liste non exhaustive d'éléments que tout cahier des charges doit comporter. Dans certains cas, afin de préserver les caractéristiques typiques des produits ou d'assurer leur traçabilité ou leur contrôle, le conditionnement doit avoir lieu dans l'aire géographique délimitée. Il convient donc de prévoir explicitement la possibilité d'inclure parmi les éléments des cahiers des charges les dispositions relatives au conditionnement lorsque de telles circonstances se présentent et sont justifiées.
- (5) Il convient de régler de manière appropriée, notamment afin de préserver le patrimoine des producteurs des États membres, les cas de dénominations géographiques totalement ou partiellement homonymes soit pour ce qui concerne des dénominations conformes aux critères d'enregistrement soit pour des dénominations qui, n'étant pas conformes à ces critères, remplissent certaines conditions d'utilisation précisément établies.

---

(4) Avis délivré le 31 juillet 2002 (non encore paru au Journal officiel).

(5) JO L 208 du 24.7.1992, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) no 2796/2000 de la Commission (JO L 324 du 21.12.2000, p. 26).

(6) JO L 229 du 30.8.1980, p. 1. Directive modifiée en dernier lieu par la directive 96/70/CE (JO L 299 du 23.11.1996, p. 26).

(7) JO L 148 du 21.6.1996, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) no 2703/2000 (JO L 311 du 12.12.2000, p. 25).

---

(1) JO C 181 E du 30.7.2002, p. 275

(2) Avis délivré le 5 décembre 2002 (non encore paru au Journal officiel).

(3) JO C 241 du 7.10.2002, p. 57.<sup>2</sup>

- (6) Il convient d'adapter à l'article 10 la référence à la norme EN 45011 en vue de prévoir d'éventuelles modifications ultérieures.
- (7) Lorsque, pour des raisons dûment justifiées, un groupement ou une personne physique ou morale souhaite renoncer à l'enregistrement d'une indication géographique ou d'une appellation d'origine, il convient de prévoir l'annulation de la dénomination en cause du registre communautaire.
- (8) L'accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle touchant au commerce (accord sur les ADPIC, 1994, objet de l'annexe 1C de l'accord instituant l'Organisation mondiale du commerce) comprend des dispositions détaillées concernant l'existence, l'acquisition, la portée, le maintien des droits de propriété intellectuelle et les moyens de les faire respecter.
- (9) La protection moyennant un enregistrement octroyée par le règlement (CEE) no 2081/92 est ouverte aux dénominations des pays tiers par la voie de la réciprocité et sous conditions d'équivalence tel que prévu à l'article 12 dudit règlement. Il convient de préciser les dispositions de cet article afin de garantir que la procédure communautaire d'enregistrement est disponible pour les pays qui remplissent lesdites conditions.
- (10) L'article 7 du règlement (CEE) no 2081/92 prévoit une procédure d'opposition. Il convient, pour satisfaire à l'obligation découlant notamment de l'article 22 de l'accord ADPIC, de préciser ces dispositions de façon à ce que les ressortissants de tous les membres de l'OMC bénéficient de ce régime et qu'elles s'appliquent effectivement sans préjudice des accords internationaux, comme prévu à son article 12. Le droit d'opposition devrait être accordé aux ressortissants des membres de l'OMC lorsqu'ils sont légitimement concernés et selon les mêmes critères que ceux établis à l'article 7, paragraphe 4, du règlement précité. Les preuves et appréciations de ces critères doivent être justifiées par rapport au territoire communautaire, qui est celui où la protection octroyée par ledit règlement s'applique.
- (11) L'article 24.5 de l'accord sur les ADPIC vise non seulement les marques enregistrées ou déposées, mais aussi les cas des marques pouvant être acquises par l'usage, avant la date de référence prévue, notamment la date de protection de la dénomination dans le pays d'origine. Il convient par conséquent de modifier l'article 14, paragraphe 2, du règlement (CEE) no 2081/92: la date de référence y prévue deviendrait celle de la protection dans le pays d'origine ou celle de dépôt de la demande d'enregistrement de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine, selon qu'il s'agit respectivement d'une dénomination relevant, soit de l'article 17, soit de l'article 5 dudit règlement; en outre à l'article 14.1 la date de référence deviendrait celle du dépôt de la demande d'enregistrement au lieu de la date de la première publication.
- (12) Il y a lieu d'arrêter les mesures nécessaires pour la mise en œuvre du règlement (CEE) no 2081/92 en conformité avec l'article 2 de la décision 1999/468/CE du Conseil

du 28 juin 1999 fixant les modalités de l'exercice des compétences d'exécution conférées à la Commission (1).

- (13) La procédure simplifiée prévue à l'article 17 du règlement (CEE) no 2081/92 ayant pour but l'enregistrement des dénominations existantes, protégées ou consacrées par l'usage dans les États membres, ne prévoit pas le droit d'opposition. Il convient, pour une question de sécurité juridique et de transparence, de supprimer cette disposition. De même, par cohérence, il convient de supprimer la période transitoire de cinq ans prévue au paragraphe 2 de l'article 13 et relative aux dénominations enregistrées en vertu de cette disposition, sans préjudice, toutefois, de l'épuisement de ladite période transitoire à l'égard des dénominations enregistrées dans le cadre dudit article 17.
- (14) Ces éléments conduisent à la modification du règlement (CEE) no 2081/92,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

#### Article premier

Le règlement (CEE) no 2081/92 est modifié comme suit:

- 1) À l'article 1er, le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant:

«1. Le présent règlement établit les règles relatives à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles destinés à l'alimentation humaine visés à l'annexe I du traité et des denrées alimentaires visées à l'annexe I du présent règlement ainsi que des produits agricoles visés à l'annexe II du présent règlement.

Toutefois, le présent règlement ne s'applique ni aux produits relevant du secteur vitivinicole sauf les vinaigres de vin, ni aux boissons spiritueuses. Le présent paragraphe est sans préjudice de l'application du règlement (CE) no 1493/1999 portant organisation commune du marché vitivinicole.

Les annexes I et II du présent règlement peuvent être modifiées, conformément à la procédure prévue à l'article 15.»

- 2) À l'article 4, paragraphe 2, le point e) est remplacé par le texte suivant:

«e) la description de la méthode d'obtention du produit agricole ou de la denrée alimentaire et, le cas échéant, les méthodes locales, loyales et constantes ainsi que les éléments relatifs au conditionnement, lorsque le groupement demandeur détermine et justifie que le conditionnement doit avoir lieu dans l'aire géographique délimitée afin de sauvegarder la qualité, d'assurer la traçabilité ou d'assurer le contrôle.»

(1) JO L 184 du 17.7.1999, p.23

- 3) À l'article 5, paragraphe 5, le dernier alinéa est remplacé par le texte suivant:

«L'État membre saisi de la demande, avant de transmettre la demande d'enregistrement et lorsque celle-ci concerne une dénomination désignant également une aire géographique frontalière ou une dénomination traditionnelle liée à cette aire géographique située dans un autre État membre ou un pays tiers reconnu selon la procédure prévue à l'article 12, paragraphe 3, consulte l'État membre ou le pays tiers en question.

Lorsque, suite aux consultations, les groupements ou les personnes physiques ou morales concernés desdits États se mettent d'accord sur une solution d'ensemble les États concernés peuvent présenter à la Commission une demande d'enregistrement commune.

Des règles spécifiques peuvent être arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15.»

- 4) À l'article 6, paragraphe 1, l'alinéa suivant est ajouté:

«La Commission rend publiques les demandes d'enregistrement introduites et leur date de dépôt.»

- 5) À l'article 6, le paragraphe suivant est inséré:

- «6. Lorsque la demande concerne une dénomination homonyme d'une dénomination déjà enregistrée de l'Union européenne ou d'un pays tiers reconnu selon la procédure prévue à l'article 12, paragraphe 3, la Commission peut demander l'avis du comité prévu à l'article 15 avant l'enregistrement prévu au paragraphe 3 du présent article.

L'enregistrement d'une dénomination homonyme conforme au présent règlement tient dûment compte des usages locaux et traditionnels et des risques effectifs de confusion. En particulier:

— une dénomination homonyme qui donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire n'est pas enregistrée, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits agricoles ou les denrées alimentaires sont originaires,

— l'usage d'une dénomination homonyme enregistrée n'est autorisé que dans les conditions pratiques qui assurent que la dénomination homonyme enregistrée postérieurement est bien différenciée de celle déjà enregistrée, compte tenu de la nécessité d'assurer un traitement équitable aux producteurs concernés et de ne pas induire en erreur les consommateurs.»

- 6) À l'article 10, paragraphe 3, l'alinéa suivant est ajouté:

«La norme ou la version à appliquer de la norme EN 45011, dont les conditions doivent être remplies par les organismes de contrôle afin d'être agréés, est établie ou modifiée conformément à la procédure prévue à l'article 15.

La norme équivalente ou la version à appliquer de la norme équivalente lorsqu'il s'agit des pays tiers prévus à l'article 12, paragraphe 3, dont les conditions doivent être remplies par les organismes de contrôle afin d'être agréés, est établie ou modifiée conformément à la procédure prévue à l'article 15.»

- 7) À l'article 11, paragraphe 4, le texte suivant est ajouté:

«L'annulation est publiée au *Journal officiel de l'Union européenne*.»

- 8) Après l'article 11, l'article suivant est inséré:

«*Article 11 bis*

Selon la procédure prévue à l'article 15, la Commission peut procéder à l'annulation de l'enregistrement d'une dénomination dans les cas suivants:

- a) Lorsque l'État qui avait transmis la demande d'enregistrement originale vérifie qu'une demande d'annulation, introduite par le groupement ou par une personne physique ou morale concernés, est justifiée et la transmet à la Commission.
- b) Pour des raisons bien justifiées, dans lesquelles le respect des conditions du cahier des charges d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire bénéficiant d'une dénomination protégée ne serait plus assuré.

Des règles spécifiques peuvent être arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15.

L'annulation est publiée au *Journal officiel de l'Union européenne*.»

- 9) À l'article 12, paragraphe 1, le deuxième tiret est remplacé par le texte suivant:

«— qu'il existe dans le pays tiers concerné un régime de contrôle et un droit d'opposition équivalents à ceux définis par le présent règlement.»

- 10) À l'article 12, le paragraphe suivant est ajouté:

- «3. La Commission constate, à la demande du pays concerné et conformément à la procédure prévue à l'article 15, si un pays tiers remplit les conditions d'équivalence et offre les garanties au sens du paragraphe 1, en raison de sa législation interne. Lorsque la décision de la Commission est affirmative, la procédure de l'article 12 *bis* s'applique.»

- 11) Après l'article 12, les articles 12 *bis* à 12 *quinquies* suivants sont insérés:

«*Article 12 bis*

1. Dans le cas prévu à l'article 12, paragraphe 3, lorsqu'un groupement ou une personne physique ou morale, visée à l'article 5, paragraphes 1 et 2, d'un pays tiers souhaite faire enregistrer une dénomination au titre du présent règlement, il adresse une demande d'enregistrement aux autorités du pays tiers dans lequel est située l'aire géographique. La demande est accompagnée pour chaque dénomination d'un cahier des charges visé à l'article 4.
2. Dans un délai de six mois à compter de la date de publication prévue au paragraphe 1, point a), toute personne physique ou morale légitimement concernée, peut s'opposer à la demande publiée conformément au paragraphe 1, point a), dans les conditions suivantes:

Avant de transmettre la demande d'enregistrement et lorsque celle-ci concerne une dénomination désignant également une aire géographique frontalière ou une dénomination traditionnelle liée à cette aire géographique située dans un État membre, le pays tiers saisi de la demande consulte l'État membre en question.

Lorsque, à la suite des consultations, les groupements ou les personnes physiques ou morales concernés desdits États se mettent d'accord sur une solution d'ensemble, les États concernés peuvent présenter à la Commission une demande d'enregistrement commune.

Des règles spécifiques peuvent être arrêtées selon la procédure prévue à l'article 15.

2. Si le pays tiers visé au paragraphe 1 estime que les exigences du présent règlement sont remplies, il transmet la demande d'enregistrement à la Commission accompagnée:
  - a) d'une description du cadre juridique et de l'usage sur base desquels l'appellation d'origine ou l'indication géographique est protégée ou consacrée dans le pays;
  - b) d'une déclaration que les éléments prévus à l'article 10 sont remplis sur son territoire, et
  - c) des autres documents sur lesquels il a fondé son estimation.
3. La demande et tous les documents transmis à la Commission sont rédigés dans une langue officielle de la Communauté ou accompagnés d'une traduction dans une langue officielle de la Communauté.
3. La Commission examine la recevabilité conformément aux critères prévus à l'article 7, paragraphe 4. Ces critères doivent être prouvés et appréciés par rapport au territoire communautaire. Lorsqu'une ou plusieurs oppositions sont recevables, la Commission arrête une décision conformément à la procédure prévue à l'article 15, après consultation de l'État ayant transmis la demande, en tenant compte des usages loyalement et traditionnellement pratiqués et des risques effectifs de confusion dans le territoire communautaire. S'il est décidé de procéder à l'enregistrement, la dénomination est inscrite dans le registre prévu à l'article 6, paragraphe 3, et est publiée conformément à l'article 6, paragraphe 4.
4. Si aucune déclaration d'opposition n'est notifiée à la Commission, celle-ci procède à l'inscription de la ou des dénominations en question au registre prévu à l'article 6, paragraphe 3, et à la publication conformément à l'article 6, paragraphe 4 dudit article.

La déclaration d'opposition et tous les documents transmis à la Commission sont rédigés dans une langue officielle de la Communauté ou accompagnés d'une traduction dans une langue officielle de la Communauté.

#### *Article 12 ter*

1. La Commission vérifie, dans un délai de six mois, que la demande d'enregistrement transmise par un pays tiers comprend tous les éléments nécessaires. La Commission informe le pays concerné de ses conclusions.

Si la Commission:

- a) est parvenue à la conclusion que la dénomination réunit les conditions pour être protégée, elle procède à la publication de la demande conformément à l'article 6, paragraphe 2. Avant la publication la Commission peut demander l'avis du comité prévu à l'article 15;
- b) est parvenue à la conclusion que la dénomination ne réunit pas les conditions pour être protégée, elle décide après consultation de l'État ayant transmis la demande, selon la procédure prévue à l'article 15, de ne pas procéder à la publication prévue au point a).

#### *Article 12 quater*

Le groupement ou la personne physique ou morale, visée à l'article 5, paragraphes 1 et 2, concernée, peut demander la modification d'un cahier des charges d'une dénomination enregistrée au titre des articles 12 *bis* et 12 *ter*, notamment pour tenir compte de l'évolution des connaissances scientifiques et techniques ou pour revoir la délimitation géographique.

La procédure conformément aux articles 12 *bis* et 12 *ter* s'applique.

Toutefois, la Commission peut décider, selon la procédure de l'article 15, de ne pas appliquer la procédure prévue aux articles 12 *bis* et 12 *ter* lorsque la modification est mineure.

*Article 12 quinquies*

1. Dans un délai de six mois à compter de la date de publication au *Journal officiel de l'Union européenne*, prévue à l'article 6, paragraphe 2, et concernant une demande d'enregistrement introduite par un État membre, toute personne physique ou morale légitimement concernée d'un membre de l'OMC ou d'un pays tiers reconnu selon la procédure de l'article 12, paragraphe 3, peut s'opposer à l'enregistrement envisagé par l'envoi d'une déclaration dûment motivée à l'État dans lequel elle réside ou est établie qui la transmet à la Commission, rédigée ou traduite dans une langue de la Communauté. Les États membres veillent à ce que toute personne d'un membre de l'OMC ou d'un pays tiers reconnu selon la procédure de l'article 12, paragraphe 3, pouvant justifier d'un intérêt économique légitime soit autorisée à consulter la demande d'enregistrement.
2. La Commission examine la recevabilité des oppositions conformément aux critères prévus à l'article 7, paragraphe 4. Ces critères doivent être prouvés et appréciés par rapport au territoire de la Communauté.
3. Lorsqu'une opposition est recevable, la Commission arrête une décision conformément à la procédure prévue à l'article 15, après consultation de l'État ayant transmis la demande d'opposition, en tenant compte des usages loyalement et traditionnellement pratiqués et des risques effectifs de confusion. S'il est décidé de procéder à l'enregistrement, la Commission procède à la publication conformément à l'article 6, paragraphe 4.»

12) L'article 13 est modifié comme suit:

a) Le paragraphe 4 est remplacé par le texte suivant:

«4. Pour ce qui concerne les dénominations dont l'enregistrement est demandé au titre de l'article 5 ou de l'article 12 *bis*, une période transitoire de cinq ans au maximum peut être prévue, respectivement dans le cadre de l'article 7, paragraphe 5, point b), de l'article 12 *ter*, paragraphe 3, et de l'article 12 *quinquies*, paragraphe 3, uniquement dans le cas où une opposition a été déclarée recevable au motif que l'enregistrement du nom proposé porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement homonyme ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins les cinq ans précédant la date de publication prévue à l'article 6, paragraphe 2.

Cette période transitoire ne peut être prévue qu'à condition que les entreprises aient légalement commercialisé les produits en cause en utilisant de façon continue les dénominations concernées durant au moins les cinq ans précédant la date de publication prévue à l'article 6, paragraphe 2.»

b) Le paragraphe suivant est ajouté:

«5. Sans préjudice de l'application de l'article 14, la Commission peut décider, selon la procédure prévue à l'article 15, la coexistence d'une dénomination enregistrée et d'une dénomination non enregistrée désignant un lieu d'un État membre ou d'un pays tiers reconnu selon la procédure de l'article 12, paragraphe 3,

lorsque cette dénomination est identique à la dénomination enregistrée, sous réserve que les conditions suivantes sont remplies:

— la dénomination identique non enregistrée a été utilisée légalement pendant vingt-cinq ans au moins avant l'entrée en vigueur du règlement (CEE) no 2081/92, sur la base des usages loyaux et constants, et

— il est prouvé que cette utilisation n'a pas eu pour objet de profiter à aucun moment de la réputation de la dénomination enregistrée et qu'elle n'a pas induit ni n'a pu induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit, et

— le problème soulevé par la dénomination identique a été évoqué avant l'enregistrement de la dénomination.

Cette coexistence de la dénomination enregistrée et de la dénomination identique non enregistrée concernée ne peut excéder une période d'une durée maximale de quinze ans, après laquelle la dénomination non enregistrée ne peut continuer à être utilisée.

L'usage de la dénomination géographique non enregistrée concernée n'est autorisé que si l'État d'origine est clairement et visiblement indiqué sur l'étiquette.»

13) L'article 14 est modifié comme suit:

a) Le paragraphe 1 est remplacé par le texte suivant:

«1. Lorsqu'une appellation d'origine ou une indication géographique est enregistrée conformément au présent règlement, la demande d'enregistrement d'une marque correspondant à l'une des situations visées à l'article 13 et concernant la même classe de produit est refusée, à condition que la demande d'enregistrement de la marque soit présentée après la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou l'indication géographique à la Commission.

Les marques enregistrées contrairement au premier alinéa sont annulées.»

b) Le paragraphe 2 est remplacé par le texte suivant:

«2. Dans le respect du droit communautaire, l'usage d'une marque correspondant à l'une des situations visées à l'article 13, déposée, enregistrée ou, dans les cas où cela est prévu par la législation concernée, acquise par l'usage de bonne foi sur le territoire communautaire, soit avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique à la Commission, peut se poursuivre nonobstant l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique,

Lorsque la marque n'encourt pas les motifs de nullité ou de déchéance prévus respectivement par la directive 89/ 104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques (\*) et/ ou par le règlement (CE) no 40/94 du Conseil du 20 décembre 1993 sur la marque communautaire (\*\*).

(\*) JO L 40 du 11.2.1989, p. 1.

(\*\*) JO L 11 du 14.1.1994, p. 1.»

14) L'article 15 est remplacé par le texte suivant:

*«Article 15*

1. La Commission est assistée par le comité des appellations d'origine et des indications géographiques, composé de représentants des États membres et présidé par le représentant de la Commission.
2. Dans le cas où il ferait référence au présent article, les articles 5 et 7 de la décision 1999/468/CE s'appliquent. La période prévue à l'article 5, paragraphe 6, de la décision 1999/468/CE est fixée à trois mois.
3. Le Comité adopte son règlement intérieur.
4. Le Comité peut examiner toute autre question évoquée par son président, soit sur l'initiative de celui-ci, soit à la demande du représentant d'un État membre.»

15) L'article 13, paragraphe 2, et l'article 17 sont supprimés.

Toutefois, les dispositions de ces articles continuent à s'appliquer aux dénominations enregistrées ou à celles dont l'enregistrement a été demandé en vertu de la procédure prévue à l'article 17 avant l'entrée en vigueur du présent règlement.

16) Les annexes I et II sont remplacées par les annexes I et II du présent règlement.

*Article 2*

Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Sans préjudice de l'article 1er, point 16, les articles 5 et 17 continuent à s'appliquer aux demandes d'enregistrement de dénominations d'eaux minérales naturelles et d'eaux de source dont l'enregistrement a été demandé avant l'entrée en vigueur du présent règlement.

Les eaux minérales naturelles et les eaux de source déjà enregistrées ou celles qui pourraient, éventuellement, être enregistrées à la suite de l'application du deuxième alinéa continuent à figurer dans le registre prévu à l'article 6, paragraphe 3, du règlement (CEE) no 2081/92 et à bénéficier de la protection accordée par ce règlement jusqu'au 31 décembre 2013.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Luxembourg, le 8 avril 2003.

*Par le Conseil*

*Le président*

G. DRYS

17.4.2003 L 99/6 Journal officiel de l'Union européenne  
FR

*ANNEXE I*

«*ANNEXE I*

Denrées alimentaires visées à l'article 1er, paragraphe 1:

- Bières
- Boissons à base d'extraits de plantes
- Produits de la boulangerie, de la pâtisserie, de la confiserie ou de la biscuiterie
- Gommés et résines naturelles
- Pâte de moutarde
- Pâtes alimentaires.»

17.4.2003 L 99/7 Journal officiel de l'Union européenne FR

-----

*ANNEXE II*

«*ANNEXE II*

Produits agricoles visés à l'article 1er, paragraphe 1:

- Foin
- Huiles essentielles
- Liège
- Cochenille (produit brut d'origine animal)
- Fleurs et plantes ornementales
- Laine
- Osier.»

-----

## **ANNEXE 3**

Liste des AOP et IGP françaises  
(source Commission européenne)

## Appellation d'Origine Protégée (AOP) / Indication Géographique Protégée (IGP)

### France

#### Fromages

- [Abondance](#)
- [Beaufort](#)
- [Bleu d'Auvergne](#)
- [Bleu des Causses](#)
- [Bleu du Haut-Jura, de Gex, de Septmoncel](#)
- [Bleu du Vercors](#)
- [Brie de Meaux](#)
- [Brie de Melun](#)
- [Brocciu Corse ou brocciu](#)
- [Cantal ou fourme de Cantal ou cantalet](#)
- [Camembert de Normandie](#)
- [Chabichou du Poitou](#)
- [Chaource](#)
- [Comté](#)
- [Crottin de Chavignol ou Chavignol](#)
- [Emmental de Savoie](#)
- [Emmental français est-central](#)
- [Epoisses de Bourgogne](#)
- [Fourme d'Ambert ou fourme de Montbrison](#)
- [Laguiole](#)
- [Langres](#)
- [Livarot](#)
- [Maroilles ou Marolles](#)
- [Mont d'or ou vacherin du Haut-Doubs](#)
- [Morbier](#)
- [Munster ou Munster-Géromé](#)
- [Neufchâtel](#)
- [Ossau-Iraty](#)
- [Pélardon](#)
- [Picodon de l'Ardèche ou picodon de la Drôme](#)
- [Pont-l'Evêque](#)
- [Pouligny-Saint-Pierre](#)
- [Reblochon ou reblochon de Savoie](#)
- [Rocamadour](#)
- [Roquefort](#)
- [Saint-Nectaire](#)
- [Sainte-Maure de Touraine](#)
- [Salers](#)
- [Selles-sur-Cher](#)
- [Tomme de Savoie](#)
- [Tomme des Pyrénées](#)

## Olives de table

- [Olives cassées de la Vallée des Baux-de-Provence](#)
- [Olives noires de la Vallée des Baux-de-Provence](#)
- [Olives noires de Nyons](#)

## Produits à base de viande

- [Boudin blanc de Rethel](#)
- [Canard à foie gras du Sud-Ouest \(Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy\)](#)
- [Jambon de Bayonne](#)
- [Jambon sec et noix de jambon sec des Ardennes](#)

## Fruits, légumes et céréales

- [Ail rose de Lautrec](#)
- [Chasselas de Moissac](#)
- [Coco de Paimpol](#)
- [Fraise du Périgord](#)
- [Haricot Tarbais](#)
- [Lentille verte du Puy](#)
- [Lentilles vertes du Berry](#)
- [Mâche nantaise](#)
- [Melon du Haut Poitou](#)
- [Mirabelles de Lorraine](#)
- [Muscat du Ventoux](#)
- [Noix de Grenoble](#)
- [Piment d'Espelette ou Piment d'Espelette-Ezpeletako Biperra](#)
- [Pomme de terre de l'Île de Ré](#)
- [Pomme de terre de Merville](#)
- [Pommes et poires de Savoie](#)
- [Poireaux de Créances](#)
- [Pruneaux d'Agen ou Pruneaux d'Agen mi-cuits](#)
- [Riz de Camargue](#)

## Viandes (et abats frais)

- [Agneau de l'Aveyron](#)
- [Agneau du Bourbonnais](#)
- [Agneau du Limousin](#)
- [Agneau du Quercy](#)
- [Boeuf charolais du Bourbonnais](#)
- [Boeuf de Chalosse](#)
- [Boeuf du Maine](#)
- [Dinde de Bresse](#)
- [Canard à foie gras du Sud-Ouest \(Chalosse, Gascogne, Gers, Landes, Périgord, Quercy\)](#)
- [Porc de la Sarthe](#)

- [Porc de Normandie](#)
- [Porc de Vendée](#)
- [Porc du Limousin](#)
- [Taureau de Camargue](#)
- [Veau de l' Aveyron et du Ségala](#)
- [Veau du Limousin](#)
- [Volaille d' Ancenis](#)
- [Volaille de Bresse](#)
- [Volaille de Gascogne](#)
- [Volaille de Houdan](#)
- [Volaille de Janzé](#)
- [Volaille de la Champagne](#)
- [Volaille du Berry](#)
- [Volaille du Gatinais](#)
- [Volaille du Languedoc](#)
- [Volaille du Lauragais](#)
- [Volailles d' Alsace](#)
- [Volailles d' Auvergne](#)
- [Volailles de Bretagne](#)
- [Volailles de Bourgogne](#)
- [Volailles de Challans](#)
- [Volailles de Cholet](#)
- [Volailles de la Drôme](#)
- [Volailles de l' Ain](#)
- [Volailles de Licques](#)
- [Volailles de l'Orléanais](#)
- [Volailles de Loué](#)
- [Volailles de Normandie](#)
- [Volailles de Vendée](#)
- [Volailles des Landes](#)
- [Volailles du Béarn](#)
- [Volailles du Charolais](#)
- [Volailles du Forez](#)
- [Volailles du Gers](#)
- [Volailles du Maine](#)
- [Volailles du plateau de Langres](#)
- [Volailles du Val de Sèvres](#)
- [Volailles du Velay](#)

#### **Produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie, biscuiterie**

- [Bergamote\(s\) de Nancy](#)

#### **Poissons, mollusques, crustacés frais et produits à base de ...**

- [Coquille St. Jacques des Côtes d'Armor](#)

### **Autres produits d'origine animale (oeuf, miel, produits laitiers divers sauf beurre, etc.)**

- [Crème d'Isigny](#)
- [Crème fraîche fluide d'Alsace](#)
- [Miel de Corse - Miele di Corsica](#)
- [Miel de Sapin des Vosges](#)

### **Autres boissons**

- [Cidre de Bretagne ou cidre breton](#)
- [Cidre de Normandie ou cidre normand](#)
- [Cornouaille](#)
- [Pays d'Auge/Pays d'Auge-Cambremer](#)

### **Huiles et autres matières grasses / Huiles d'olive**

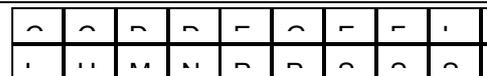
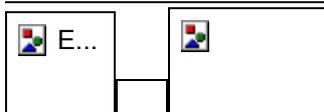
- [Beurre Charentes-Poitou - Beurre des Charentes - Beurre des Deux-Sèvres](#)
- [Beurre d'Isigny](#)
- [Huile d'olive d'Aix-en-Provence](#)
- [Huile d'olive de Haute-Provence](#)
- [Huile d'olive de la Vallée des Baux-de-Provence](#)
- [Huile d'olive de Nyons](#)

### **Produits non-alimentaires et divers**

- [Huile essentielle de lavande de Haute-Provence](#)
- [Foin de Crau](#)

## **ANNEXE 4**

Extrait du règlement (CE) n° 1782/2003 du Conseil du 29 septembre 2003  
établissant les règles communes pour les régimes de soutien direct  
dans le cadre de la politique agricole commune



### 32003R1782

Règlement (CE) n° 1782/2003 du Conseil du 29 septembre 2003 établissant des règles communes pour les régimes de soutien direct dans le cadre de la politique agricole commune et établissant certains régimes de soutien en faveur des agriculteurs et modifiant les règlements (CEE) n° 2019/93, (CE) n° 1452/2001, (CE) n° 1453/2001, (CE) n° 1454/2001, (CE) n° 1868/94, (CE) n° 1251/1999, (CE) n° 1254/1999, (CE) n° 1673/2000, (CEE) n° 2358/71 et (CE) n° 2529/2001  
*Journal officiel n° L 270 du 21/10/2003 p. 0001 - 0069*



Règlement (CE) no 1782/2003 du Conseil  
du 29 septembre 2003

établissant des règles communes pour les régimes de soutien direct dans le cadre de la politique agricole commune et établissant certains régimes de soutien en faveur des agriculteurs et modifiant les règlements (CEE) n° 2019/93, (CE) n° 1452/2001, (CE) n° 1453/2001, (CE) n° 1454/2001, (CE) n° 1868/94, (CE) n° 1251/1999, (CE) n° 1254/1999, (CE) n° 1673/2000, (CEE) n° 2358/71 et (CE) n° 2529/2001

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,  
vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment ses articles 36 et 37 et son article 299, paragraphe 2....

....

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

TITRE III  
RÉGIME DE PAIEMENT UNIQUE  
CHAPITRE 5  
MISE EN OEUVRE RÉGIONALE ET FACULTATIVE  
Section 2  
Mise en oeuvre partielle

#### Article 69

Mise en oeuvre facultative en ce qui concerne des types particuliers d'agriculture et la production de qualité

Les États membres peuvent conserver jusqu'à 10 % de la composante des plafonds nationaux visés à l'article 41 qui correspond à chaque secteur visé à l'annexe VI. En ce qui concerne les secteurs des grandes cultures, de la viande bovine et de la viande ovine et caprine, cette mesure est prise en compte pour l'application des pourcentages maximaux fixés aux articles 66, 67 et 68 respectivement.

Dans ce cas, et dans les limites du plafond fixé conformément à l'article 64,

paragraphe 2, l'État membre concerné effectue, sur une base annuelle, un paiement supplémentaire aux agriculteurs, dans le secteur ou les secteurs visés par ladite mesure.

Le paiement supplémentaire est octroyé pour des types particuliers d'agriculture qui sont importants pour la protection ou l'amélioration de l'environnement ou pour l'amélioration de la qualité et de la commercialisation des produits agricoles dans des conditions que la Commission devra définir conformément à la procédure visée à l'article 144, paragraphe 2.

## **ANNEXE 5**

Geographical Indications (GIs)  
The way forward after CANCUN  
(source Commission européenne)



**EUROPEAN COMMISSION**

Directorate-General for Trade

Directorate F - WTO: sustainable development, investment, standards, intellectual property, new technologies. Bilateral trade relations IV

Brussels,  
Trade F-1 D(2003)

**Note for the attention of the 133 Committee**

***SUBJECT:***                    *Geographical Indications: the way forward after Cancún*

***ORIGIN:***                    *DG Trade F 1 (New technologies, intellectual property, public procurement)*

***OBJECTIVE:***                *For discussion*

***REMARKS:***

<b>133 COMMITTEE</b>
<b>MD : 577/03</b>
<b>SOURCE : Commission</b>
<b>FOR : Discussion</b>
<b>DATE RECEIVED : 10 - 12 - 2003</b>

## **Geographical Indications (GIs) – The way forward after Cancún**

### **1. Introduction: Geographical Indications as a tool for business and development**

This paper assesses the way forward on GIs in the DDA, post-Cancún. It is important to start by putting the DDA in the context of the EU's long-term objectives for GIs.

The global economy has not produced global demand for the same product everywhere. On the contrary, very many products, from food and drink to handicrafts, are crafted to reflect local strengths and to meet the specific needs of local markets.

The notion that a local product should brand itself on the basis of its provenance is universally accepted as a potentially useful tool for business development. It lies at the heart of the development of wine production in many new global players during the last 20 years. It equally lies at the heart of rural development policy in many countries, the most notable recent example being Thailand. So called GIs are a marketing tool, a store of value and a source of legitimate, proprietary pride for those who produce in a way that builds on the strength of their local roots. This proposition is widely shared by developing as well as developed countries.

More controversial is the best global legal framework within which to empower businesses to develop GI strategies should they so wish. More controversial still is the potential adjustment costs where the development of a better legal framework creates not just long-term benefits for everyone but short-term adjustment challenges for those who may be prevented from developing certain strategies or required to adjust established strategies. No one therefore can argue that GIs are a matter of universal consensus. But they are a matter of global economic potential, and a negotiation to further develop the existing framework in the WTO can enable all the players to balance off the costs and benefits so that all can gain.

Three key issues lie before us: whether the current regime for the protection of wine and spirit GIs, which has stood the test of time since the creation of WTO, can now be developed over a suitable transitional period through the establishment of a register for all wines and spirit GIs world-wide. A second issue is whether the tried and tested wines and spirits regime should not be extended to other products. Finally, in the agriculture context, there is a question whether we can address multilaterally the rolling back of certain GI use in countries where the GI was not originated: negotiations on this are provided for in the TRIPS agreement, but has so far been pursued in bilateral and not in multilateral negotiations.

### **2. Negotiating history on GIs**

For the last two decades, the EU industry has made a protracted claim that protection of GIs in third country markets was insufficient and ineffective. In effect, a rampant problem of wide-spread imitation and usurpation of GIs has continuously been brought to our attention via numerous examples.

Since the mid-80s, the EU undertook a policy aimed at ensuring that business interests embodied in GIs are adequately protected in third country markets.

The problems impeding the protection of GIs abroad were twofold:

- Lack of an adequate framework recognising the need of an autonomous protection for GIs.
- Widespread past uses of GIs by foreign companies.

Until the mid-90's, the EU tackled both problems by means of bilateral agreements namely with today accession countries but also new-world wine producers like Australia. In these agreements, the EU achieved both the establishment of domestic sui generis systems of GI protection and, more painfully, the commitment of those countries to "phase out" uses of GIs by local companies.

GI owners also tried, and they continue to do so today, to achieve protection via trademarks where GI-specific protection was unavailable. But the problems faced by GIs before the TRIPS was in place in countries where trademark protection was available, and the problems that they still face today, point in the direction that trademarks and GIs are different intellectual property rights with different needs in terms of protection. Consumers perceive each and every GI as linking particular qualities of a product to its geographical origin, which is not the case of trademarks. In addition, trademarks do not necessarily protect GIs against their use in translated form, or when used in conjunction with the true origin of the product or accompanied by "type", "style", imitation" and the like, which are the most common kinds of GI usurpation. Also, the fact that EU GIs have been refused registration as marks abroad for being "descriptive", or that trademarks require often "use" to remain valid, show that trademarks and GIs are fundamentally different. Trademarks do not provide the necessary tools to ensure GI protection. Practice has shown that GIs are an autonomous reality and a necessary tool for producers. Thus the existence of different sections in the TRIPS Agreement on GIs and Trademarks.

At the time of the end of the Uruguay Round, with the entry into force of the TRIPS Agreement, WTO Members were certainly aware of some weaknesses in the Agreement regarding GI protection. Already then it was recognised that more had to be done, hence, in particular, the explicit built-in agenda commitment in Art. 23 TRIPS to negotiate the establishment of a multilateral system of notification and registration of GIs. The shortcomings in GI protection could be summarised as follows:

- Firstly, GI protection, as any other IPR, was subject to the principle of territoriality and was characterised as a private right. As a consequence, the TRIPS Agreement requires right-holders to assert GI protection on a country-by-country basis. In other words, there is no commitment from WTO Members to "protect" all of the GIs from other countries but to offer "the legal means" for third country right-holders to assert such protection. This has proven a serious barrier for the typical GI producer, who too often does not have the resources to mount a legal defence internationally.
- Secondly, the TRIPS gave a privileged treatment to wine and spirit GIs. This has been perceived by developing countries as a bias toward the developed world.
- Thirdly, many third countries have undertaken an overly broad interpretation of the TRIPS provisions permitting the survival of generic use and pre-TRIPS trademarks to the effect of even excluding EU products using an EU GIs from their markets.

### **3. GI Objectives for Cancun**

In order to tackle these three shortcomings, the EU objectives for Cancun on GIs consisted of achieving results on :

1. The establishment of a multilateral register of GIs with legally binding effects for all WTO Members which would facilitate the effective protection of GIs via a one-stop shop application (thus overcoming some of the difficulties posed by the principle of territoriality);
2. The extension of the current TRIPS level of protection for wines and spirits to other products (thus giving our own agri-food constituency an opportunity to adequately protect their investments abroad and also offering to developing countries adequate means to protect their own GIs );
3. A claw-back list of European names, launched in the context of the market access negotiations on agriculture, and intended to remedy market access problems of the original European producers in third countries (thus closing the gap of generics and trademarks for a handful of names).

One should bear in mind that, out of these three elements, only the claw-back list constituted an exclusive EU demand. However, by strongly pushing on the three, the EU probably created the wrong impression that all three, or GIs in general, were just an EU issue. It is therefore important to underline that the thrust of the EU stance on GIs did not consist of exclusive EU demands.

### **4. Reasons for the lack of progress**

Cancún fell apart for a variety of reasons, without GIs playing a role. This should not hide, however, that very little progress had been achieved on GIs in the run-up to this Fifth Session of the Ministerial Conference. The following are among the reasons for this:

- Discussions on GIs were in part affected by the assumption that the adoption of the TRIPS Agreement was a successful event for the « North », but a regrettable one for the « South ». Any additional development of the TRIPS would therefore, it was assumed, be mainly in the interest of the developed world. However, one fortunate result of the Cancun Ministerial was to show that the North-South divide is no longer a valid option for depicting the WTO dynamics. This is particularly true in the area of GIs, where the North-North divide is much stronger.
- The role of TRIPS for development has not been sufficiently understood. It is therefore important to insist that the TRIPS Agreement, by contributing to the expansion of the rule of law in the field of intellectual property, can play a substantial developmental role. Again, this is particularly so for GIs, which can help countries and small farmers all over the world to benefit from the increased opportunities that agricultural liberalisation will create. We should not forget that, contrary to other intellectual property rights, GIs do not need strong investments in promotion and a solid R+D tissue. GIs are often already there in many developing

countries, embodying millenary traditions and know-how, and just await to be recognised and protected.

- There was also a lack of interest on the part of many countries regarding the concept of GIs. The fact that GIs are TRIPS-protected does not automatically mean that GIs exist or are protected in all countries. Further work can be done concerning the promotion of the concept of GIs, and also as regards the level of protection afforded to foreign GIs.
- Finally, the EU has to acknowledge that it has to step up its search for common ground on GIs with other Members of the WTO, and candidates for WTO Membership, and also for ways to meet the legitimate concerns of our trading partners regarding the various EU GI proposals.

## **5. The way forward**

### **5.1 Searching for potential common ground**

#### *On extension*

The search for common ground is essential if results on GIs are to be attained. Clearly, the most promising area in this respect is that of « extension ». Given that most of world trade on GIs corresponds to EU wines and spirits, the EU is well aware of the value of the additional protection in Art. 23 TRIPS. Such additional protection should be also made available for products other than wines and spirits, thus extending the benefits of Art. 23 TRIPS to many more countries, and notably to small farmers all over the world.

The importance of « extension » cannot be exaggerated. In the context of the complex current negotiations on agriculture, for the EU and, to varying degrees, many others, there is a strong interest in promoting quality as opposed to bulk or mass production. In the post-DDA agricultural trade environment, which will certainly be more market-oriented than the current one, the additional information that GIs provide to the world's consumers regarding the quality, methods of production and origin of certain products will significantly gain in importance. Less trade protection in our markets should imply more protection for GIs in general and, therefore, for consumers.

Already in the Uruguay Round, the US and others were able to accept extended protection in a sensitive area (wines and spirits), in exchange of some exceptions contained in Art. 24 TRIPS. This is a clear signal that it is possible to find common ground in this field and that most of the “heralded” costs were probably not justified on economic grounds.

Not surprisingly, the question of « extension » is the GI area where the EU and others have been able to work together more effectively in Geneva. The fact that “extension” is handled as an implementation issue does not diminish from the fact that it is an EU priority : we consider this issue an important part of the overall balance of the DDA. Therefore, for reasons of substance, and for reasons of shared interest with other WTO Members, « extension » appears as the ideal candidate for becoming the main focus of further GI efforts in Geneva.

### *On the « register »*

To find common ground should also be also at our reach regarding the « multilateral register ». To start with, negotiations are based on a « built-in agenda » mandate contained in Art. 23.4 TRIPS, on the basis of which Ministers agreed at Doha to conclude the negotiations on the establishment of the « multilateral register » for wines and spirits at the Cancún Ministerial.

In addition, the obligations which the « register » would help implement are already in place : the « register » would in no way change the balance of rights and obligations emerged from the Uruguay Round. Also, and given its effect of facilitating the application of existing obligations, those countries with capacity constraints would benefit comparatively more regarding implementation of TRIPS.

Discussions so far have resulted in a seemingly wide divide between those who support the EU view, and those who would not be prepared to accept anything beyond a « database type » register, simply constituting a new multilateral source of information. The potential of such a « soft » approach would certainly be much smaller in comparison with the EU proposal in terms of legal certainty, transparency, cost savings for producers, and equality of treatment between foreign and national GIs. No added value for our industry is to be expected of such a proposal nor does it meet the TRIPS mandate.

### *On GIs in general*

There is a relatively simple way of raising GI interest abroad. Success in the EU market possibly is the best coveted prize for most non-European GIs. As a first step, therefore, the EU could clarify that the requirement of reciprocity contained in its legislation, which has often been criticized and is currently under scrutiny in the context of a WTO Dispute Settlement procedure, has to be understood as not applying to WTO Members. Apart from raising GI interest abroad, this would substantially increase EU credit on GIs in Geneva.

Finally, it is worth recalling that GIs are a relatively new concept in many countries. The safest way of raising the level of interest in GIs and GI protection would be to assist (Commission, Member States and industry) developing countries in identifying and protecting GIs. The setting up of GI protection systems and the birth of domestic GI constituencies is clearly a long term goal, but one that is worth pursuing both in terms of increasing the chances for WTO results and, more importantly, in terms of providing new development opportunities to many countries.

## 5.2 Responding visibly to the concerns of others

EU GI proposals have often met fierce opposition in Geneva. Many of those reactions can only be explained for tactical reasons: only the heat coming out of agricultural negotiations can explain why countries that already protect EU GIs on the basis of bilateral agreements oppose each and every move of the EU on GIs.

However, the EU should recognise that also legitimate concerns lie behind the resistance met in Geneva. By showing readiness to meet those concerns, the chances for success would further increase.

However, the EU would expect its trading partners to show a clear commitment to taking a more flexible approach with respect to their current positions. One can think of several areas where narrowing the gap could be considered:

1. On « extension », the EU could seek to respond to the concerns of more reluctant Members on the future validity of Art. 24 TRIPS exceptions by signalling readiness to extend and adapt the current exceptions to « extension », as well as by considering possible transitional periods for the entry into force of « extension », in order to meet worries regarding a potential increase in the domestic administrative burden. These elements could form part of a specific draft mandate for the negotiation on « extension » to be tabled soon in Geneva in the context of the overall implementation package.
2. On the « register », grounds for worry in Geneva regarding the EU's ideas seem to be, again, essentially linked to capacity restrictions and cost, and also to some of the legal effects that the EU had proposed.

Under the EU's current proposal, relatively tight deadlines for notifying GIs and uncertainty as to the number of notifications that the Register would attract, have given rise to concerns relating to the level of national administrative burden connected to the implementation of the « register ».

The EU is ready to explore how to meet these concerns with a view to ensuring that the administrative burden linked to examination, opposition and the setting up of the « register » can be absorbed by all WTO members. For example, the EU could announce its willingness to exercise self-restraint as to the number of GIs to be notified, and/or to consider annual limitations to the number of notifications to be made under this mechanism, such as on the basis of the trade volume involved or of setting a ceiling on the number of annual notifications by a Member. If it is justified that, nevertheless, the workload is still excessive, one could think of increasing the currently proposed time-span allocated to the examination period (18 months), including the option of making the time limit dependent on the number of GIs notified. Finally, longer implementation periods might be foreseen for developing countries that do not yet have a full-functioning GI protection system.

In its quest for common ground, the EU could nonetheless consider an even more gradual start for the “multilateral register”. The aim would still be to establish a « multilateral register » with legally binding effects covering all WTO Members, but starting with a “database”- type register with an evolutionary clause that would automatically turn the system into a binding one. This should nonetheless be considered as the very last option, only to be chosen if other Members are ready to be sufficiently flexible.

Cost is also an issue of concern to many. Although the system should not entail important expenses, some new costs cannot be excluded. This could be resolved through the introduction of fees whereby developed countries would be compensating all or some of the cost incurred by DCs when implementing the system.

Some concerns have been also voiced in Geneva regarding the legal effects of the « register » as proposed by the EU, in particular as far as Article 24.6 of the TRIPS (generic terms) is concerned. The EU had suggested that all WTO Members not opposing

registration of a notified GI would no longer be able to refuse protecting the GI on the basis of it being a generic. In this respect, the EU could also envisage some flexibility.

3. On the claw-back « list », third countries now expect the accession countries to further load the boat. This could be countered by rapidly finalising any accession additions to the list and making clear that no new names will be added to the list, and that the EC will pursue a reasonable and contained approach to this negotiation . In addition, and in line with the objectives that the « list » seeks to achieve, the « list » should be isolated from the negotiation on GIs in the TRIPS context, making clear that it stands or falls in the agri context.

The EU would therefore be in a position to suggest approaches capable of addressing all of these concerns, but this would require the creation of parallel confidence that there was still a will to move the negotiations forward.

### 5.3 Building a strategy on the WTO acquis

This paper principally addresses the prospects for progress within the DDA, but this does not imply that the DDA is the only vehicle for EU objectives. It is also essential to build on the established acquis, both within the WTO and in bilateral and plurilateral negotiations.

#### *Dispute Settlement*

The TRIPS Agreement already provides for a significant level of protection, especially in the area of wines and spirits. WTO Members are supposed to have the necessary legal arrangements in place to ensure that foreign GIs obtain the protection they are entitled to. Adequate attention should be paid to monitoring appropriate implementation of the TRIPS Agreement elsewhere, and to pursuing outright violations of EU GIs abroad.

#### *Bilateral Agreements*

Bilateral negotiations have shown their potential to achieve results on the various GI issues on the table. These negotiations could now be intensified in parallel with our multilateral efforts, and should cover not only wines and spirits but be open to all products as is currently the case with Switzerland.

\*\*\*\*\*

## **ANNEXE 6**

« Short list » de l'Union européenne  
(source Commission européenne)



**COUNCIL OF  
THE EUROPEAN UNION**

**GENERAL SECRETARIAT**

*Liaison Office in Geneva*

2 Chemin Louis Dunant  
1202 Geneva  
POST BOX 29  
CH-1211 GENEVE 20  
Tel: (41 22) 919 7400  
Fax: (41 22) 919 7497

**Geneva, 28 August 2003**

**IMMEDIATE**

**NOTE FOR THE ATTENTION OF THE MEMBERS OF THE 133 COMMITTEE**

**Subject: WTO Agriculture negotiations: EC proposal for a short list of geographical indications**

Delegations are hereby informed that, having received no objections in either the delegation of the Commission in Geneva or the Council Liaison Office by the end of the silent procedure (Wednesday 27 August 2003, 19h00), there is unanimous agreement on:

- (i) the final list of geographical indications for EU 15, as contained in meeting document 406/03 FINAL, to be submitted to the WTO by the Commission;
- (ii) the statements contained in the note by the Council Liaison Office to the Members of the 133 Committee of 26 August 2003<sup>3</sup>, to be recorded in the outcome of proceedings of the meeting of the 133 Committee Full Members on 25 August 2003.

---

<sup>3</sup> "The Commission and the Member States agree that the content of the list on geographical indications to be submitted to the WTO (meeting document 406/03 FINAL) will not be invoked or in other ways affect any legal proceedings on such matters before the Court of Justice of the European Communities."  
"The Commission confirmed that any product contained on this list will, as appropriate, be removed, in the light of any relevant ruling by the Court of Justice."



**EUROPEAN COMMISSION**  
AGRICULTURE DIRECTORATE-GENERAL

Directorate AI. International affairs I, in particular WTO negotiations  
**AI.1. WTO, OECD, United States of America and Canada**

Geneva, 26 August 2003

**Note for the attention of the 133 Committee**

***SUBJECT:***            **WTO Agriculture Negotiations**  
**EC proposal for a short list of geographical indications**  
**Final list (Ref. Doc. MD 406/03 Rev.1)**

***ORIGIN:***            **DG AGRI and DG TRADE**

***OBJECTIVE:***        **for approval**

***REMARKS:***

<b>133 COMMITTEE</b>
<b>MD : 406/03 FINAL</b>
<b>SOURCE : Commission</b>
<b>FOR : Approval</b>
<b>DATE RECEIVED : 26-08-03</b>

## *ANNEX*

### ***GEOGRAPHICAL INDICATIONS ORIGINATING IN THE EUROPEAN COMMUNITIES <sup>(4)</sup> <sup>(5)</sup>***

#### **WINES & SPIRITS**

Beaujolais  
Bordeaux  
Bourgogne  
Chablis  
Champagne  
Chianti  
Cognac  
Grappa di Barolo, del Piemonte, di Lombardia, del  
Trentino, del Friuli, del Veneto, dell'Alto Adige  
Graves  
Liebfrau(en)milch  
Malaga  
Marsala  
Madeira  
Médoc  
Moselle  
Ouzo  
Porto  
Rhin  
Rioja  
Saint-Emilion  
Sauternes  
Jerez, Xerez

#### **OTHER PRODUCTS**

Asiago  
Azafrán de la Mancha  
Comté  
Feta  
Fontina  
Gorgonzola  
Grana Padano  
Jijona y Turrón de Alicante  
Manchego  
Mortadella Bologna  
Mozzarella di Bufala Campana  
Parmigiano Reggiano

---

<sup>4</sup> In conformity with the EC's proposal of modalities, the protection proposed also covers translations, such as "Burgundy", "Champaña", "Coñac", "Port", "Sherry", "Parmesan/o", "Parma ham", etc. Transliterations in other alphabets, such as "КОНЬЯК" for Cognac, are also covered.

<sup>5</sup> The present list will be completed with geographical indications originating in the Acceding States (to the EU).

Pecorino Romano  
Prosciutto di Parma  
Prosciutto di San Daniele  
Prosciutto Toscano  
Queijo São Jorge  
Reblochon  
Roquefort

---

## **ANNEXE 7**

Termes de références pour une mission d'appui à l'OAPI  
(source MAAPAR)

## Termes de références pour une mission d'appui à l'OAPI

### I Contexte

C'est dans le cadre d'une mission exploratoire (en juillet 2002) sur les IG et l'environnement juridique, administratif et structurel suggérée et financée par l'INPI que l'OMPI, avec l'aide de l'INAO avait engagé un travail de réflexion en Afrique équatoriale

L'INPI avait ensuite, lors d'une réunion qu'il avait initiée le 19 mai 2003, souhaité associer le MAE à cette réflexion afin que l'ensemble des organismes concernés (OAPI, OMPI, MAPAR, INAO) puissent œuvrer dans le même sens, à savoir la reconnaissance, à terme, par des AO de produits typiquement africains

Une **indication géographique** est un signe utilisé sur des produits qui ont une origine géographique précise leur conférant une qualité et une notoriété spécifiques. Les produits agricoles, fortement dépendant des terroirs et du climat, mais aussi de savoir faire locaux, sont éligibles à ce type de reconnaissance qui peut s'avérer être un moyen de valorisation de la production intéressant.

L'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) est l'organisme chargé de la protection de la propriété intellectuelle pour 16 pays d'Afrique francophone principalement (Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Centrafrique, Congo, Côte-d'Ivoire, Gabon, Guinée-Bissau, Guinée, Guinée Equatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad, Togo). L'OAPI est notamment en charge de la protection des Indications Géographiques (IG), sans cependant disposer pour l'instant des compétences nécessaires. C'est pourquoi l'OAPI, assistée de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), a sollicité l'aide de la France pour acquérir ces compétences.

L'**INAO** (Institut National des Appellations d'Origine) est un EPA français chargé de reconnaître les produits d'origine, délimiter leurs aires de production et protéger ces produits et leur terroir. Son mandat s'exerce tant en France qu'à l'étranger (lutte contre les contrefaçons, fraudes et usurpations) et à été étendu aux Appellations d'Origine Protégée et Indications Géographiques Protégées instituées par l'Union européenne.

Le **CIRAD** (Centre International pour la Recherche Agronomique et le Développement) est un EPIC français au service du développement durable des pays tropicaux et subtropicaux. A travers son programme QUALCER, il implique l'ensemble de ses départements sur une démarche de qualification et de certification de produits tropicaux. Dans son champ spécifique de compétences, c'est un opérateur de choix pour le MAE avec lequel il est lié par une convention générale, mais également d'autres organismes de recherche comme l'INAO ou l'INRA sur le thème des indications géographiques.

Depuis plus de quinze ans, la **Coopération française** a développé une politique d'appui centrée sur deux axes forts : la structuration du monde agricole et le renforcement des services publics sectoriels. Ces différentes interventions visent l'augmentation de la valeur ajoutée le long des filières et une meilleure redistribution de celle ci notamment en faveur des producteurs de base.

La dernière génération de projets agricoles s'attache tout particulièrement à renforcer la « culture de concertation » entre la société civile au sens large et la puissance publique sur des sujets comme la définition des politiques agricoles nationales, les négociations tarifaires... Ce

partenariat public – privé est d'autant plus solide qu'il s'appuie sur des sujets fédérateurs ayant un effet d'entraînement sur les organisations de producteurs et la formation complémentaire des services d'accompagnement. Les IG peuvent constituer un de ces thèmes fédérateurs dans des cas (pays, groupements...) particuliers. Cependant, il n'existe à ce jour aucun exemple d'IG mise en place sur un produit ouest africain. Au de-là du manque de compétence des structures chargées de la mise en place et de la protection des IG (mandat de l'OAPI, administrations nationales), c'est avant tout le manque d'information et de sensibilisation des producteurs vis à vis de ces opportunités de marchés qui en est la cause.

Les présents termes de référence sont relatifs à une mission d'appui technique qui concerne les deux aspects de la question : développement de compétences institutionnelles et sensibilisation de/appui aux organisations professionnelles agricoles. Se référant à des compétences spécifiques complémentaires, la mission d'appui sera confiée à deux institutions françaises familières de ces questions : l'INAO et le CIRAD.

## **Objectifs**

### **Objectif général**

Appuyer les pays membres de l'OAPI dans la conquête de marchés de niche grâce aux indications géographiques et contribuer au développement rural et au maintien des populations rurales.

### **Objectifs spécifiques**

- Accompagner les pays et les producteurs dans un exercice d'identification des produits nationaux éligibles aux indications géographiques
- Contribuer au renforcement des capacités institutionnelles de l'OAPI pour le développement et la protection des indications géographiques au bénéfice de ses États membres.

## **Tâches à accomplir**

### **1. Sensibiliser les pays membres de l'OAPI pour qu'ils intègrent un volet IG dans leurs politiques de développement agricole et rural.**

L'action de sensibilisation et d'information sera conduite par l'OAPI, avec l'appui institutionnel de l'OMPI, par la mobilisation du réseau de ses correspondants nationaux et avec l'appui scientifique et technique du « réseau développement rural » de la DGCID, formé des attachés de coopération des ambassades, d'assistants techniques et de chercheurs des organismes français de recherche agronomique basés en Afrique.

L'INAO et plus particulièrement le CIRAD apporteront leur concours, avec l'appui du MAE et du MAAPAR si nécessaire, tant au réseau des correspondants nationaux de l'OAPI qu'à celui du MAE dans les pays, en leur fournissant des éléments méthodologiques pour la construction des argumentaires.

Cette phase de sensibilisation s'adressera en priorité aux services publiques, aux organisations régionales, aux organisations professionnelles et aux interprofessions.

La phase de sensibilisation devrait conduire à l'établissement d'une première liste de produits candidats à une IG qui sera présentée lors d'une conférence interministérielle organisée conjointement par l'OAPI et l'OMPI à la fin du premier semestre 2004 et réunissant les

ministres de l'Agriculture et du Commerce de ses états membres. La conférence sera précédée d'une réunion d'experts nationaux au printemps 2004.

## **2. Identifier les premières IG à mettre en place :**

A partir de la liste de produits éligibles, la mise en place d'une ou plusieurs IG sera réalisée à titre de démonstration qui bénéficiera d'une assistance technique de l'INAO auprès de l'OAPI.

L'objectif de cet appui est d'aider l'OAPI à acquérir les compétences nécessaires dans le domaine des indications géographiques pour pouvoir par la suite poursuivre seule un programme de développement et de protection des IG.

Un tel programme devra prendre en compte les dynamiques existantes (OP/IP en place, programmes de développement des filières, appuis à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques sectorielles, programmes de décentralisation,...) et identifier aux niveaux local, national et régional et aux plans technique, institutionnel et économique les mesures nécessaires à la mise en place durable de démarches conformes au concept d'IG sur les marchés africains.

L'INAO et le CIRAD aideront à définir une liste de produits agroalimentaires et agricoles pouvant potentiellement être inscrits sous IG. Pour cela l'INAO proposera une liste de critères simples à laquelle seront soumis les différents produits retenus. Dans cette liste de produits, un nombre limité d'IG sera déterminé pour la conférence ministérielle organisée par l'OAPI et l'OMPI à la fin du premier semestre 2004.

## **3. Accompagner l'OAPI dans la mise en œuvre et la protection des IG**

l'INAO accompagnera l'OAPI dans toutes les étapes conduisant à l'obtention de l'IG pour les quelques produits agricoles ou agro-alimentaires retenus par la Conférence ministérielle au sein de la liste des produits candidats.

La conférence ministérielle devrait conduire aux résultats complémentaires suivants :

1. un accord sur une liste restreinte de quelques produits qui feront l'objet d'une démarche pilote de qualification et de protection IG,
2. un plan d'action IG pour l'OAPI, et
3. une requête pour un financement multi bailleur auquel la France pourrait apporter son soutien sous une forme qui reste à déterminer.

L'appui concernera également la rédaction des textes nécessaires (lois, décrets...) à transcrire dans les droits nationaux.

## **Mission de l'INAO et du CIRAD : contenu et calendrier**

L'INAO sera chef de file. La prestation attendue qui s'étend sur une période de 8 à 10 mois, comportera des missions de terrain qui précéderont la réunion des experts et celle des ministres, pour sensibiliser les différentes parties et s'assurer du portage institutionnel du dossier.

L'INAO et le CIRAD seront chargés, dans le cadre de cette approche, d'une mission d'assistance à l'OAPI qui comprendra

1. une note d'orientation explicitant la démarche et proposant des argumentaires, pouvant s'appuyer sur une mission dans un ou deux pays membres,

2. un concours à l'organisation de réunions dans les pays qui le souhaiteront pour présenter le projet et exposer l'intérêt économique des IG en tant qu'outil de développement rural afin d'appuyer l'OAPI et l'OMPI dans leur démarche de sensibilisation auprès des pays membres
3. un appui spécifique à l'OAPI et l'OMPI pour l'organisation d'une réunion d'experts nationaux préparant une conférence interministérielle des états membres, ainsi qu'une aide pour préparer cette réunion ministérielle. Le MAAPAR et le MAE pourront s'associer à la construction de l'argumentaire et aux actions de sensibilisation
4. une présentation de l'OAPI auprès de la Commission européenne afin de sensibiliser sur le projet les délégations dans les pays.

Le calendrier envisagé est le suivant :

#### Novembre 2003 – Janvier 2004

Afin d'aider l'OAPI à définir une liste de produits agroalimentaires et agricoles susceptibles d'être inscrits sous IG, la mission proposera une **liste de critères** simples :

- Critères techniques (lien au terroir, zones identifiables, renommée du produit...)
- Critères de faisabilité (existence d'une organisation de producteurs, infrastructures...)
- Critères de développement (cohérence avec les politiques MAE...),

Cette liste pourra être élaborée à partir de :

- La compétence française de l'INAO
- De visites de terrain organisées avec l'OAPI/ OMPI/ MAE
- De l'expérience de l'opérateur proposé par le MAE
- Des remarques / contraintes des partenaires africains (OAPI, Ministères, agents du réseau MAE, organisations de producteurs...)

L'objectif est de fournir à l'OAPI et aux ministères africains intéressés une grille de lecture simple et adaptée pour qu'ils puissent sélectionner eux-mêmes une liste de produits. La grille de lecture devra être disponible pour **janvier 2004**.

Le CIRAD et l'INAO élaboreront une note de position, avec la réalisation d'une mission conjointe de une à deux semaines dans un ou deux pays à déterminer. Cette note de position présentera notamment les actions à envisager pour **mobiliser les autorités locales et les représentations de producteurs** dans la démarche.

#### Février à mai 2004

L'INAO **assistera** l'OAPI et les **ministères africains engagés qui seront en phase de sélection** des produits. Cette assistance pourra se faire à distance dans la plupart des cas, soit pour assister la partie africaine, soit via le réseau du Ministère des Affaires Etrangères en appui à l'OAPI. Elle pourra aussi faire l'objet de missions de terrain si nécessaire.

L'INAO et le CIRAD assisteront notamment l'OAPI et l'OMPI dans la préparation, l'animation et la tenue de la réunion d'experts nationaux préalable à la réunion ministérielle de juin 2004.

La mobilisation des administrations nationales africaines est un **élément clé** pour le succès du projet. Le CIRAD et l'INAO, assistés par le réseau local du MAE s'attacheront à préciser le niveau d'implication des autorités locales.

### Mai à juin 2004

L'OAPI et l'OMPI organiseront une conférence ministérielle au mois de juin 2004.

Préalablement à cette conférence ministérielle, l'INAO et le CIARD **analyseront la liste de produits** proposée par l'OAPI et proposeront de **retenir un ou plusieurs produits** qui pourront faire l'objet d'une procédure d'inscription sous IG. L'INAO définira les produits et le nombre optimal de produits en prenant en compte des critères de faisabilité, financiers et politiques.

### Juillet 2004

La conférence ministérielle devrait conduire aux résultats complémentaires suivants :

1. un accord sur une liste restreinte de quelques produits qui feront l'objet d'une démarche pilote de qualification et de protection IG,
2. un plan d'action IG pour l'OAPI, et
3. une requête pour un financement multi bailleur auquel la France pourrait apporter son soutien sous une forme qui reste à déterminer.

Suite à cette mission, la mise en place d'une ou plusieurs IG sera réalisée et une assistance de l'INAO pourra être proposée à l'OAPI.

## **ANNEXE 8**

Actions de coopération de la France dans le secteur  
des indications géographiques  
(source MAAPAR)

## Actions de coopération dans le secteur des Indications Géographiques

### ANNEE 2002

Pays bénéficiaire	Titre et dates de mise en œuvre	Organisme en charge	Description	Source
Amérique Latine		FIT France	Développement du système de protection et de l'usage des appellations d'origine en Amérique Latine pour stimuler le commerce et l'exportation de produits autochtones	INPI
Argentine	Séminaire IG - mai	MAAPAR	Deux séminaires haut sur les IG (à Mendoza lors du Sitevi Mercosur et à l'Université de Buenos-Aires )	MAAPAR
Argentine	Accueil personnalité – octobre	MAAPAR	Accueil par la DPEI et Direction de l'INAO de Gustavo Idigoras (Directeur des marchés et des politiques internationales) et de .M.Domenech (Sous Secrétaire d'Etat à l'Agriculture en charge des politiques agroalimentaires).	MAAPAR
Argentine	Expertise juridique nouvelle législation argentine AOC- décembre	INAO	mission expert INAO (Reconnaissance des aires de productions géographiques/Protection internationale/Marques contenant des IG/Marques de certification)	MAAPAR / INAO
ASIE du SUD EST	Décembre 2002		Etablissement d'une carte sur état de potentiel des IG dans la zone	MAAPAR
Brésil	2002 Transférabilité des systèmes de certification	CIRAD INRA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet de recherche en coopération:</li> <li>• Comparaison entre démarches "indication géographique", "agriculture biologique", "produits fermiers"</li> </ul>	CIRAD
Brésil	Sensibilisation IG	MAAPAR / INAO	Mission de sensibilisation de fonctionnaires/négociateurs du Ministère de l'agriculture (Direction de l'inspection végétale) sur le dispositif des IG	MAAPAR

			(DPEI/INAO/ONIVINS/DGDDI/DGCCRF/FEVS/Professions): projet de protocole technique	
Brésil	Accueil délégation	MAAPAR / INAO / ONIVINS	Accueil de délégations des Etats du Parana, Mina Gerais sur le dispositif IG/Certification (INAO/ONIVINS...	MAAPAR
Chili	Arrangement agricole – mars 2002	MAAPAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suite à l'accueil secrétariat Etat Chilien (mars 2002) inscription de la protection des IG comme thème prioritaire de la coopération bilatérale dans le cadre de l'Arrangement agricole France/Chili.</li> <li>• Invitation président Eurochile pour présentation au SITEVI Mercosur de l'expérience chilienne d'AOC</li> </ul>	MAAPAR
CHINE	Programme de coopération IG (formation, information...)	BNIC	Réception délégations chinoises d'expert+ participation du BNIC à la Commission mixte franco-chinoise 2 Délégations (09/02) AQSIQ 1 délégation ( 12/02) AQSIQ	MAAPAR
CHINE	Programme de coopération IG	BNIC	Mise en œuvre du programme de formation gestion et contrôle des IG , formation aux méthodes analytiques lutte contre les contrefaçons Frais de déplacement en Chine experts BNIC + honoraires et salaires correspondants	MAAPAR
CHINE	Programme de coopération IG	BNIC/Maison de l'agriculture	Contribution sous forme de prestation de service de la maison de l'agriculture à la mise en œuvre du programme de coopération	MAAPAR
CHINE	Programme de coopération IG	MAAPAR	Réception délégation M. LIU /AQSIQ/CONGRILAIT	MAAPAR
CHINE	Programme Coopération IG	MAAPAR	Contribution sous forme de prestation de service de la maison de l'agriculture à la mise en œuvre du programme de coopération	MAAPAR
France – Guadeloupe	05 à 12/ 2002 Labellisation du café en Guadeloupe	CIRAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relance de la culture du café via stratégie de labellisation</li> <li>• Identification agronomique des systèmes de culture, scénarios de labellisation, organisations professionnelles.</li> </ul>	CIRAD
GEORGIE	Assistance technique	INAO	- Mission en France de représentants du SAKPATENTI	INAO

	OMPI – SAKPATENTI (Office propriété intellectuelle de Géorgie) Avril 2002			
Hongrie	Arrangement de coopération franco- hongrois sur les signes de qualité(mis en œuvre depuis 2001)	MAAPAAR avec le concours de l'INAO	2 volets : -appui d'experts français aux responsables hongrois des signes de qualité pour adapter leur dispositif à la réglementation européenne(AOP, IGP et agriculture biologique) ; -identification, à partir du patrimoine culinaire hongrois, de produits agricoles pouvant faire l'objet d'un signe de qualité lié à l'origine( AOP ou IGP)	MAAPAR
Indonésie	05 à 12/ 2002 Identification d'indication géographique pour le café en Indonésie	CIRAD avec INAO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider l'Indonésie à lancer un processus de reconnaissance d'IG et d'AO à partir d'un cas concret sur le café qui devra servir d'exemple ;</li> <li>• En 2002 : missions sur terrain (qualité, technologie, socio-économie, terroir) ;</li> <li>• Résultats 2002: ciblage d'un candidat café Arabica apprécié, doté d'une typicité, produit par des producteurs organisés, dans une région de production bien délimitée. Missions a Sulawesi, Iryan Jaya et Bali. Conclusion : choix d'un café de Kintamani (Bali)</li> </ul>	CIRAD / INAO
Indonésie	05 à 12/ 2002 Identification d'indication géographique pour le café en Indonésie	CIRAD avec INAO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider l'Indonésie à lancer un processus de reconnaissance d'IG et d'AO à partir d'un cas concret sur le café qui devra servir d'exemple ;</li> <li>• En 2002 : missions sur terrain (qualité, technologie, socio-économie, terroir) ;</li> <li>• Résultats 2002: ciblage d'un candidat café Arabica apprécié, doté d'une typicité, produit par des producteurs organisés, dans une région de production bien délimitée. Missions a Sulawesi, Iryan Jaya et Bali. Conclusion : choix d'un café de Kintamani (Bali)</li> </ul>	CIRAD / INAO
Maroc	Juin 2002	INPI	Mission d'un cadre marocain sur le système de protection des appellations d'origine	INPI

MERCOSUR + Chili	Accueil délégation - décembre		Invitation prescripteurs d'opinion au salon Vinitech (Bordeaux dec 2002), pour rencontres et : <ul style="list-style-type: none"> <li>• participation table ronde « Qualité des vins : sciences, organisation, techniques au service d'une identité »,</li> <li>• 3 jours itinéraire vignobles AOC.</li> </ul>	MAAPAR
Mexique			5 <sup>ème</sup> commission mixte à Roquefort : Entretien sur la tenue d'un atelier en vue de promouvoir les appellations d'origine en tant qu'éléments contribuant au développement économique d'une région donnée	INPI
Mexique	Coop tequileros	MAAPAR	coopération sur la Tequila : quel intérêt ? quel format ? Réponse à minima aux demandes des téquiléros mexicains ? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Action 2002 : Réunion des partenaires du projet de coopération avec Tequileros : décision de maintenir Statu quo compte tenu du faible intérêt pour la partie française (DPEI/DGCCRF/INAO/BNIC)</li> </ul>	MAAPAR
Moldavie	Nov 2001	INPI	Réunion bilatérale : entretien d'une demande d'assistance en matière d'appellations d'origine et d'indications géographique	INPI
Moscou	Septe 01 (action 2002)	INPI	4 <sup>ème</sup> commission mixte ; discussion sur l'organisation d'un symposium sur les questions de la protections des marques et des appellations d'origine	INPI
OAPI (Guinée)		FIT France	Atelier d'information et de sensibilisation pour la promotion et protection des indications géographiques (Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire) un expert de l'INAO et MAO	INPI
Russie	16 et 17 septembre 2002	MAAPAR, BNIC, INAO	Rédaction du protocole de coopération en matière d'indications géographiques et appellations d'origine	MAAPAR
Russie	Octobre 2002	Ville de Dijon	Séminaire vins et spiritueux. Russie : invitée d'honneur	MAAPAR
Russie	15 novembre 2002	MAAPAR	Mise à signature des ministres du protocole de coopération élaborée en sept. 2002 (doc non signé par Ministre russe)	MAAPAR
Russie	Décembre 2002	INPI	Formation magistrats Propriété Intellectuelle	MAAPAR

Slovaquie	Mission exploratoire sur le bryndza 14-19 avril 2002	GRET	Rencontre des acteurs administratifs (signes de qualité et vétérinaires) et professionnels de la filière fromagère	MAAPAR
Slovaquie	Mission slovaque sur les produits traditionnels en France 17-21 septembre 2002	Minagri et GRET	2 jours à Paris (Minagri, INAO, DGAL) et 3 jours dans les Pyrénées (acteurs professionnels et administratifs de l'AOC Ossau Iraty)	MAAPAR
SLOVENIE	Assistance technique AFNOR	MAAPAR INAO		INAO
Thaïlande		INPI	Développement de la coopération bilatérale entre le MAP France et le MAP Thaïlandais pour le développement d'un système d'IG et la mise en place d'un système de Labels (riz au jasmin thaïlandais)	INPI
Thaïlande	Mai 2002	INPI	Séminaire ASEM sur la propriété intellectuelle, dans lequel il est prévu la constitution de 3 groupes préparatoires (marques notoires, Indications géographiques, mise en œuvre des droits)	INPI
THAÏLANDE	1 <sup>er</sup> semestre	INAO	La délégation attendue annule sa venue La loi est signée par le Parlement mais doit être signée par le roi pour adoption définitive	MAAPAR
Ukraine	Mars 2002	MAAPAR, BNIC,	Séminaire IG à Kiev	MAAPAR
Vietnam	Octobre 2002	INPI	3 <sup>ème</sup> commission mixte INPI/NOIP à Cognac, rencontre avec le BNIC à la suite de la coopération franco vietnamienne en matière d'indications géographiques et de lutte contre les contrefaçons	INPI
VIETNAM	1 <sup>er</sup> semestre	BNIC	Suite coopération : mise en place des contrôles et reconnaissance par le VN d'une AOC française (cognac)	MAAPAR

## ANNEE 2003

Pays bénéficiaire	Titre et dates de mise en œuvre	Organisme en charge	Description	Source
Argentine	Expertise juridique nouvelle législation argentine AOC	INAO	Suite mission 2002	MAAPAR
Argentine	Formation – 1 <sup>er</sup> semestre	MAAPAR	Formation à la délimitation en France du chef de projet délimitation de l'INV Appui à la mise en place méthodologie délimitation en Argentine	MAAPAR
Bolivie	Coopération institutionnelle	MAAPAR	accueil du ministre de l'agriculture par Cab du ministre et INAO, Demande de coopération confirmée dans le cadre de la Commission mixte franco –bolivienne de la PAZ le 29 mai (pour mise en place dispositif IG sur trois productions pilotes dont vin d'altitude). Attente informations sur financement par MAE.	MAAPAR
BOLIVIE	2003	INAO	Assistance à la mise en place d'une réglementation sur les IG	INAO
BRESIL	2 <sup>e</sup> semestre 2003	MAAPAR INAO FERT	Assistance à la mise en œuvre d'une IG pour les fromages du Minas Gerais  Mission délimitation / séminaire-	INAO
Brésil	2003 Transférabilité des systèmes de certification	CIRAD INRA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet de recherche</li> <li>• Comparaison entre démarches "indication géographique", "agriculture biologique", "produits fermiers"</li> </ul>	CIRAD
Brésil	Coopération institutionnelle	MAAPAR....	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coopération avec EMETRO demandée formellement dans le cadre de la commission mixte franco Brésilienne des 6/7 juillet. Echanges à prévoir pour définir contenu de la coopération.</li> <li>• Mission d'un expert pour RDV/Expertise auprès du ministère de l'agriculture familiale (automne) + 2 jours sur projet Mina Gerais (MAF, INAO/FERT)</li> <li>• Envoie d'un expert au séminaire prévue en octobre (séminaire CIRAD/SEBRAE/MAE)</li> </ul>	MAAPAR

			Demande d'un séminaire institutionnel par l'Ambassade du Brésil à Paris	
CAMBODGE	1 <sup>er</sup> semestre 2003	INAO	Aide à la rédaction d'une réglementation sur les IG et aide à la mise en œuvre	MAAPAR / INAO
Chili	Accueil personnalité - Mai	MAAPAR / INAO	Accueil Nino de Zepeda RDV INAO + AOC reblochon Séminaire sur les IG à Santiago du Chili prévu second semestre (attente proposition N de Zepeda)	MAAPAR
CHINE	Programme de coopération IG	BNIC/MAAPAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation accord UE/CHINE de reconnaissance et protection réciproque des IG</li> <li>- Formation personnel AQSIQ à gestion informatisée des IG au BNIC</li> <li>- Réception délégation AQSIQ en septembre 2003</li> <li>- Participation à la rural week de la Banque Mondiale en mars 2003</li> <li>- Formation technique aux méthodes analytiques des experts AQSIQ</li> <li>- Réunion de synthèse décembre 2003</li> </ul>	MAAPAR
Colombie	Coopération institutionnelle	MAAPAR	accueil du Vice ministre colombien de l'agriculture par Cab du ministre, DPEI, et INAO : demande de coopération pour mise en place dispositif IG, d'abord à titre expérimental dans le secteur du café. Attente de demande formelle via l'Ambassade de France à Bogotta	MAAPAR
Costa-Rica	2003 Typicité café	CIRAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Action en cours: Etude de la variabilité de la typicité du café dans deux terroirs (Orosi et Santa Maria de Dota) , en lien avec Institut du Café</li> </ul>	CIRAD
France – Guadeloupe	2003 Labellisation du café en Guadeloupe	CIRAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relance de la culture du café via stratégie de labellisation</li> <li>• Formation des acteurs locaux (agronomie, technologie, évaluation sensorielle)</li> <li>• Constitution de jury de dégustation et caractérisation de la typicité produit</li> </ul>	CIRAD

GEORGIE	Assistance technique OMPI – SAKPATENTI (Office propriété intellectuelle de Géorgie)	INAO	- Mission à prévoir en Géorgie de 2 experts INAO (profil juridique et technique) - 5 jours - 2 <sup>e</sup> semestre 2003	INAO
Hongrie	Mise en œuvre de l'arrangement de coopération(suite)	MAAPAR avec le concours de l'INAO	- accueil en France d'une jeune fonctionnaire hongroise chargée de l'instruction des dossiers de signes de qualité pour une formation complémentaire ; - organisation d'une rencontre de deux groupes d'agriculteurs hongrois ayant un projet de signe de qualité avec des agriculteurs français disposant d'un signe de qualité européen.	MAAPAR
INDONESIE	Avril 2003 et Prévision 2004		Signature d'un protocole franco-indonésien sur la propriété intellectuelle. Soutien de la France demandé pour les IG. <b>Prévoir coop 2004</b>	MAAPAR
Indonésie	Identification d'indication géographique pour le café en Indonésie	CIRAD avec INAO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aider l'Indonésie à lancer un processus de reconnaissance d'IG et d'AO à partir d'un cas concret sur le café qui devra servir d'exemple ;</li> <li>• 2003 : Accueil et formation en France des partenaires indonésiens (janv-avril 2003) ; Approfondissement du projet-pilote de Kintamani-Bali: missions sur qualité/typicité, organisation des producteurs.</li> <li>• Atelier sur les aspects légaux des IG: <i>reporté</i>.</li> </ul>	CIRAD
Maroc	Juillet 2003	OMPIC/INPI	Séminaire régional sur les appellations d'origine et indications géographiques : deux experts de l'INPI, le SG de la coopérative de Nyons	INPI
Mexique	1 <sup>er</sup> semestre 2003	INPI/MAPAAR	Visite d'étude d'un expert français ayant pour thème « connaître, étudier et comparer les différents systèmes de protection des appellations d'origine au niveau international	INPI
Mexique	2 <sup>ème</sup> semestre 2003	ADETEF	Intervention d'un expert français du droit des marques : Marques non traditionnelles (Couleurs, Odeurs, Sons, Formes géographiques, Hologrammes), L'Internet et le droit des marques...),	INPI

Mexique	2 <sup>ème</sup> semestre 2003	IMPI (Office mexicain)/INPI	Visite de l'INAO en matière d'enregistrement des AO et concernant la réglementation et la promotion des IG en vue du projet de création d'un registre des IG au Mexique	INPI
OAPI	Juin 2003	FIT France	Visite du DG de l'OAPI un vue d'élaborer un programme des actions de coopération sur les appellations d'origine et les indications géographiques	INPI
Philippines	Juin 2003	OEB	Présentation de la protection internationale des IG, les accords ADPIC et les nouveaux aspects et récents développement sur le IG de l'OMC et l'OMPI (rencontre : INAO, BNIC)	INPI
République Dominicaine	2003 Mise à jour des cafés d'origine	CIRAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dans le cadre d'un projet de développement des cafés spéciaux, réappropriation d'origines géographiques</li> </ul>	CIRAD
Russie		MAAPAR	Négociation protocole d'accord de coopération IG + lutte contre les contrefaçons /groupe de travail accès au marché et comité agro-alimentaire	MAAPAR
Slovaquie	Programme de coopération relatif aux signes d'origine Sept à décembre 2003	Minagri et GRET	Séminaires en Slovaquie et voyage d'étude de professionnels slovaques en France	MAAPAR
Slovénie	Amélioration du système d'inspection de la qualité des pdts agricoles et agro-alimentaires SL2002/IB/AG/02/TL Février 2003 – Août 2003	ARNOR et MAAPAR	- projet de jumelage institutionnel d'une durée de six mois, prévoyant une série de missions d'expert court terme français en Slovénie et des visites d'études en France pour les responsables slovènes sur le thème du système d'inspection de la qualité des pdts agricoles et agro-alimentaires	MAAPAR
Slovénie	Amélioration du système d'enregistrement de l'office slovène pour la reconnaissance des appellations de pdts	AFNOR et MAAPAR	- projet de jumelage institutionnel d'une durée de six mois, prévoyant une série de missions d'expert court terme français en Slovénie et des visites d'études en France pour les responsables slovènes sur le thème du système d'enregistrement des pdts agricoles et agro-alimentaires de qualité	MAAPAR

	agricoles et agro-alimentaires SL2002/IB/AG/03/TL Février 2003 – Août 2003			
THAILANDE	Juin 2003	INAO	Accueil de journalistes THAIS le 26 à PARIS. Visite d'une semaine en France organisée par le bureau de presse Ubifrance  Envoi d'expert français pour faire le point sur avancement des travaux du groupe de travail	MAAPAR
Thaïlande, Cambodge Laos	Mars 2003	INPI	Intervention d'un expert français de l'INPI au séminaire itinérant : thèmes évoqués « les différences entre la protection par indication géographique ou par marques collectives » en vue d'un texte législatif sur la protection des IG	INPI
Tunisie	Avril 2003 Amélioration de la qualité géographique	INAO INRA CIRAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mission conjointe "Appui technique à l'amélioration de la qualité géographique des produits tunisiens" – auprès de l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) et de 8 Groupements Interprofessionnels.</li> <li>• Actions de suivi envisagées: Tunisie: vitiviniculture; autres cultures) et Moyen Orient.</li> </ul>	CIRAD
Ukraine	Juin 2003	BNIC	Rencontre Ministre S RIJOUK + acteurs filière vins et spiritueux	MAAPAR
VIETNAM	septembre	BNIC	Suite de programme : extension de la démarche à d'autres produits (10) Aide à la mise en oeuvre de la réglementation sur les IG	MAAPAR / INAO

## **ANNEXE 9**

Courrier du directeur de l'ONILAIT en date du 9 avril 2004  
adressé au Rapporteur

## **ANNEXE 10**

Statuts de l'association ORIGIN

## Statuts

### 1. Nom

Il est fondé entre les signataires des présents statuts une association sans but lucratif au sens des articles 60 et ss. du Code Civil suisse ayant pour nom: «ORIGIN, Organisation for an International Geographical Indications Network».

### 2. Définition

On entend par Indications Géographiques, des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

### 3. Siège

Le siège d'ORIGIN se trouve à Genève, Suisse. Le siège peut être transféré dans tout autre lieu par décision à la majorité qualifiée du comité.

### 4. Buts

ORIGIN a pour objet de promouvoir la reconnaissance du rôle essentiel des Indications Géographiques (ci-dessous IG) dans le développement durable et d'obtenir une meilleure protection des IG au niveau international.

Pour ce faire, ORIGIN contribue au développement d'un réseau international de producteurs pour défendre et promouvoir les IG dans le monde entier. En particulier, ORIGIN:

- ..Encourage les échanges et la coopération entre producteurs d'IG, notamment les transferts d'expérience et d'expertise.
- ..Milite pour l'octroi d'assistance technique en faveur des producteurs dans le monde entier pour leur permettre de bénéficier des atouts des IG.
- ..Véhicule de manière cohérente la voix des producteurs dans les négociations internationales en faveur d'une amélioration de la protection des IG.
- ..Entretient des contacts réguliers avec les organisations internationales susceptibles de faciliter la réalisation de ces objectifs.
- ..Promeut et défend la notion d'IG auprès des consommateurs.
- ..Lutte contre la fraude et les usurpations.

### 5. Membres

Les membres d'ORIGIN sont des associations ou groupements de producteurs d'IG ou des associations ou des groupements de producteurs susceptibles de bénéficier du droit à la protection en tant que IG. Chaque membre dispose d'une seule voix.

Les membres associés d'ORIGIN sont des personnes ou groupes de personnes intéressées professionnellement ou personnellement à défendre les buts d'ORIGIN. Les membres associés ont une voix consultative. Ils constituent un groupe qui bénéficie d'une voix délibérative.

Les demandes d'adhésion se font par écrit au Comité exécutif.

Les membres peuvent quitter l'association en notifiant leur demande par écrit un mois avant l'Assemblée Générale. Toutefois, la cotisation de l'année en cours reste due. L'admission de

nouveaux membres est soumise au vote de l'Assemblée Générale. La majorité des deux tiers est requise. La qualité de membre est acquise à compter du paiement de la cotisation. Les membres payants qui ne se sont pas acquittés de leur cotisation durant deux ans consécutifs sont considérés comme démissionnaires.

Le Comité de direction peut exclure tout membre qui ne respecte pas les statuts et qui porte préjudice aux intérêts ou à la réputation de l'association. L'intéressé peut introduire un recours contre cette décision devant l'Assemblée générale (AG), en notifiant son recours par écrit au minimum un mois avant l'AG.

Les membres ne peuvent être tenus individuellement responsables des engagements de l'association.

## **6. Ressources**

Les ressources d'ORIGIN sont constituées des cotisations annuelles de ses membres et membres associés, des subventions qu'elle obtient pour mener à bien son action, des dotations, legs ou autres contributions qu'elle reçoit. Le montant des cotisations est fixé chaque année par l'Assemblée générale.

## **7. Organes**

### *7.1 Assemblée Générale*

L'assemblée générale d'ORIGIN est ouverte à tous les membres et membres associés, les membres ont le droit de vote sur le principe d'une voix par membre. Les membres associés ont une voix consultative selon le principe d'une voix par membre, ainsi qu'une voix délibérative pour le groupe des membres associés. Les décisions se prennent à la majorité absolue des membres présents.

L'assemblée générale se réunit tous les deux ans, elle est convoquée au moins deux mois avant la date de réunion. Un ordre du jour doit être établi. Tout projet de modification des statuts doit être adressé aux membres en même temps que la convocation. L'assemblée générale a les compétences suivantes:

- \* adoption ou rejet des modifications des statuts
- \* adoption ou rejet des comptes et du rapport du comité
- décision de la politique de l'association sur proposition du comité.
- \* vote de la décharge aux membres du comité
- \* décision sur les recours contre les exclusions de membre
- \* décision de la dissolution de l'association et attribution du solde des biens restants
- \* fixation des cotisations annuelles.
- \* acceptation des nouveaux membres.

L'assemblée générale désigne à main levée, ou si un tiers des membres présents le demande, à bulletin secret, pour une durée de deux ans renouvelable:

- \* un-e président-e
- \* les vice-président-e-s.
- \* un représentant par pays membre.

Le président et les vice-présidents doivent représenter différentes régions du monde. Les régions sont les cinq continents.

Une assemblée générale extraordinaire peut être convoquée par le Comité de direction ou au moins un cinquième des membres.

### *7.2 Comité de direction*

Le comité de direction d'ORIGIN est constitué du/de la président-e, des vice-présidents-es, du/de la secrétaire général-e. Il se réunit au moins une fois par an. Le comité s'occupe de la gestion de l'association, du suivi et de la réalisation des buts d'ORIGIN et des décisions de l'assemblée générale. Il établit un rapport de ses activités pour l'assemblée générale. Il convoque l'assemblée générale. Il désigne le ou la secrétaire général-e.

### *7.3 Comité élargi*

Un Comité élargi, se composant des membres du Comité et des représentants des pays membres, prépare les décisions politiques importantes impliquant l'association. Ce Comité s'appuie sur les travaux d'un Comité technique.

#### ***7.4 Comité technique***

Un comité technique réunissant des experts en matière de protection et de promotion des IG prépare les travaux des Comités. Il est nommé par le Comité de direction.

#### ***7.5 Trésorier***

Le trésorier joue le rôle de contrôleur des comptes.

#### ***7.6 Secrétariat général***

Le secrétariat général est composé du/de la secrétaire générale désignée par le comité de direction. Il s'occupe de la gestion courante de l'association ORIGIN. Il/elle assure la gestion de la trésorerie de l'association et consulte autant que de besoins les secrétaires généraux.

Des secrétaires généraux adjoints pourront être désignés. Ils animeront avec le secrétaire général les travaux du Comité technique.

### **8. Signature**

L'association est valablement engagée par la signature individuelle du/de la président-e ou du/de la secrétaire général-e à concurrence d'un montant maximal fixé par le comité de direction. Au-delà de cette somme, deux signatures sont obligatoires.

### **9. Vérificateur des comptes**

La vérification des comptes est confiée à une fiduciaire.

### **10. Règlement interne**

Les modalités de fonctionnement de l'association, la fixation du montant des cotisations des membres et membres associés sont régies par un règlement intérieur.

## **11. Durée de l'association**

L'association ORIGIN est créée pour une durée indéterminée.

## **12. Dissolution**

La dissolution est décidée par la majorité des quatre cinquièmes des membres présents lors de l'assemblée générale. L'association dispose à son gré du solde des biens de l'association, la décision incombe à l'assemblée générale.

Fait à Alicante, le 28 novembre 2003

Le Président  
Pedro Echeverria

## **ANNEXE 11**

Allocution prononcée par M. Lamy  
Commissaire européen au commerce lors de la création  
de l'association ORIGIN en juin 2003  
(source : ORIGIN)

**Rencontre internationale**

**Création d'OrigIn**

**Speaking Points of Pascal Lamy EU Trade Commissioner during the GI-Days,  
Video-Conference  
Brussels-Geneva June 11, 2003**

Mesdames et Messieurs,

Je voudrais tout d'abord vous remercier de me donner l'occasion d'intervenir lors de cette première rencontre mondiale des producteurs et titulaires d'indications géographiques. Je tenais particulièrement à être présent avec vous aujourd'hui, même de façon virtuelle, pour vous assurer des encouragements de la Commission européenne aux efforts que vous entreprenez aujourd'hui.

Je me réjouis de constater la présence de producteurs de pays en voie de développement. Pour l'Europe, les indications géographiques sont un outil du développement de la qualité en agriculture. Et donc un outil du développement. Pourquoi ? Il y a pour moi 5 raisons.

***La première est que le recours aux indications géographiques est un instrument efficace d'organisation du territoire et des professionnels.*** La production et la transformation de produits agricoles et agro-alimentaires selon un savoir-faire exigeant stabilise une population qualifiée dans une zone rurale. Il renforce le tissu économique par la présence d'industries annexes. C'est un instrument de développement rural qui a connu des succès tangibles en Europe.

***La deuxième raison est que l'indication géographique est un multiplicateur de richesse.*** C'est un droit collectif qui appartient à des communautés. Il y a là une grande différence avec les marques de fabrique ou de commerce :

- L'indication géographique est en quelque sorte la « marque » collective des fermiers, des agriculteurs et des artisans d'un territoire. Elle garantit que l'utilisation d'un nom restera attachée à un terroir et à la collectivité qui l'a vu naître.
- La marque, elle, peut être vendue et délocalisée. Pas l'indication géographique. La marque est un droit individuel exclusif. L'indication géographique est accessible à n'importe quel producteur de la localité ou de la région concernée.

S'appliquant à des productions limitées en volume, l'indication géographique fournit ainsi à tous les producteurs une visibilité d'ensemble et garantit au consommateur le respect d'un standard qualitatif exigeant.

***La troisième raison de l'importance des indications géographiques est qu'elles favorisent une répartition plus équilibrée de la valeur ajoutée :***

- entre producteurs et distributeurs, d'une part, : la démarche de qualité est génératrice d'une notoriété qui permet aux producteurs de mieux négocier la valeur ajoutée qu'ils obtiennent des distributeurs.
- entre pays du nord et pays du sud, d'autre part : c'est un des rares droits de propriété intellectuelle dont les pays en développement peuvent bénéficier sans grands investissements. Les brevets requièrent des capacités de recherche et développement importantes. Les indications géographiques, par contre, se trouvent déjà dans le patrimoine et l'identité communs. Le thé « Darjeeling », le riz « Jasmin », le café « Antigua » sont des appellations de renommée internationale qui font partie de l'héritage de l'Inde, de la Thaïlande et du Guatemala.

***Les indications géographiques stimulent la démarche qualitative des producteurs et renforce de ce fait leur compétitivité. C'est la quatrième raison*** de leur importance. En ce qui concerne l'Europe, cela en fait un outil stratégique du développement de notre agriculture. La concurrence entre produits similaires entraîne un ajustement permanent de l'ensemble des producteurs, et d'abord des producteurs d'indications géographiques, à élever la qualité de leurs produits. Cela exige particulièrement que chaque membre de la communauté mette en oeuvre les améliorations adoptées collectivement.

C'est vrai au niveau national. C'est aussi vrai au plan international, particulièrement pour les matières premières échangées au niveau mondial. Le cas du café est significatif. Le café est un produit dont le commerce international est quasiment libéralisé, mais l'excès de production a conduit à un effondrement

des prix mondiaux. Seuls les cafés de qualité à origine géographique déterminée voient un accroissement constant de leurs prix. L'expérience, comme en Europe, montre que les indications géographiques, ou les démarches similaires, favorisent la qualité plutôt que la quantité. Je sais que la question du café est à l'ordre du jour de vos travaux. Je suis preneur d'idées ou de propositions pour nourrir nos réflexions sur cette question..

Mesdames et Messieurs, avant de conclure, *une dernière raison* qui à mes yeux justifie l'importance des indications géographiques. *Elles contribuent à l'identité du patrimoine de nos pays et territoires.* Les termes « Parme », « Cognac », « Manchego » ou « Scotch Whisky » font partie de la culture et de l'identité nationale et régionale de l'Italie, de la France, de l'Espagne et du Royaume-Uni. De même, « Basmati », « Antigua » et « Jasmin » sont en quelque sorte le drapeau commercial de l'Inde, du Guatemala et de la Thaïlande. Ces appellations, et les produits qu'elles protègent, symbolisent des traditions, des cultures et des savoir-faire millénaires. En voyageant à travers le monde, elles contribuent à l'image et au prestige de leurs pays d'origine, et permettent à leurs producteurs, d'où qu'ils soient, de mieux exister sur la scène internationale.

Voici, en quelques mots, les raisons pour lesquelles l'Union européenne attache tant d'importance à la reconnaissance et à la protection pleine et entière des indications géographiques dans le cadre des négociations commerciales actuelles. Nous souhaitons particulièrement la création d'un registre multilatéral des indications géographiques pour les vins et les spiritueux ainsi que l'extension de la protection aux produits autres que les vins et spiritueux. Pour accompagner ces initiatives, l'Union européenne renforcera l'assistance technique en faveur des pays en développement dans le secteur des indications géographiques.

Je terminerai en vous félicitant de la création de ORIGIN, cette nouvelle organisation rassemblant les producteurs mondiaux et titulaires d'indications géographiques. Elle pourra être le porte-voix idéal pour faire connaître les attentes de qualité des producteurs agricoles, ainsi que le forum idéal pour faciliter les transferts de technologie et de savoir-faire dont les producteurs des pays en développement ont tellement besoin.

Je vous souhaite tout le succès que vous méritez. La Commission européenne sera à vos côtés. J'attends avec intérêt le résultat de vos travaux. Et notre porte est ouverte à vos représentants pour poursuivre le dialogue.

A bientôt donc, et bons travaux !

## Liste des personnes rencontrées

### **ADMINISTRATION FRANÇAISE**

#### **-MINISTERE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE (MINEFI)**

##### **Cabinet du Ministre délégué au commerce extérieur**

Mme Anne CAZALA, Conseiller technique

##### **Direction des relations économiques extérieures**

M. Raphaël ALOMAR, Chef du bureau de la politique extérieure agricole

M. Antoine SAINTOYANT, adjoint du Chef du bureau de la politique extérieure agricole

M. Jacques TEYSSIER D'ORFEUIL, Chef du bureau services et propriété intellectuelle

##### **Direction générale de la consommation et de la répression des fraudes**

Mme Dominique FILHOL, Chef du bureau des vins et boissons

##### **Mission Economique de l'Ambassade de France à Washington**

M. Jean-François BOITTIN, Ministre-Conseiller, Chef de la Mission Economique

M. Christian BERGER, Conseiller agricole

#### **-MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DE L'ALIMENTATION, DE LA PECHE ET DES AFFAIRES RURALES (MAAPAR)**

##### **Cabinet du Ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales**

M. Sylvain LAMBERT, Conseiller diplomatique

##### **Direction des politiques économique et internationale**

M. de la GUERONIERE, Chef du service des relations internationales

M. Jean-Jacques BENEZIT, Sous-Directeur des affaires européennes

Mme BIGAUT-DEKEYSER, Chef du bureau des vins, du cidre et des spiritueux à base de vin et de pommes

M. Franck DUPONT, Chargé de mission sur les indications géographiques

Mme MOLINIER Marie-Lise, Chef du bureau des signes de qualité et de l'agriculture biologique (DPEI)

#### **-MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES**

##### **Ambassade de France aux Etats-Unis**

M. Jean-David LEVITTE, Ambassadeur

#### **-REPRESENTATIONS PERMANENTES DE LA FRANCE**

##### **- auprès de l'ONU à Genève**

M. Bernard Kessedjian, Ambassadeur, Représentant permanent de la France auprès de l'ONU

**- auprès de l'OMC à Genève**

M. Philippe GROS, Ministre Conseiller, Délégué permanent de la France auprès de l'OMC

M. Jean-Marc MIGNON, Conseiller

M. Cédric PENE, Conseiller pour les affaires agricoles

**- auprès de l'Union européenne à Bruxelles**

M. Jean-Marc BOURNIGAL, Délégué pour les affaires agricoles

Mme Françoise BRESSE, Conseiller

**ADMINISTRATIONS ETRANGERES ET ASSIMILEES**

**Ministère Fédéral du Commerce Extérieur (US-TR)**

M. Jim MURPHY, Responsable du secteur agricole

M. Claude BURCKY, assistant de l'USTR

Mme Victoria ESPINEL, secteur de la propriété intellectuelle

**Ministère Fédéral de l'Agriculture (US-DA)**

Mme Deborah HENKE, Directrice de la Division chargée des négociations commerciales multilatérales

Mme Sara SCHWARTZ, Directrice adjointe

Mme Marie-Hélène SMITH, Economiste chargée du dossier des indications géographiques

**Ministère Fédéral du Commerce (US-PTO)**

M. Jon DUDAS, Sous-Secrétaire adjoint chargé de la propriété intellectuelle et Directeur adjoint de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle

M. Lois BOLAND, Directeur du Bureau des relations internationales

Mme Amy COTTON, Conseillère juridique du Bureau des relations internationales

Mme Eleanor MELTZER, Conseillère juridique du Bureau des affaires législatives internationales et « Chief of staff » de l'US-PTO

**Ministère Fédéral des Affaires Etrangères (US)**

M. Shaun DONNELLY, Deputy Assistant Secretary, Bureau économique

M. Paul ACETO, Directeur de la propriété intellectuelle et des politiques de concurrence

M. Bill CRAFT, Directeur des affaires commerciales multilatérales

**Chambre des Représentants (US)**

M. Bob GOODLATTE, Président du Comité de l'agriculture (R. Virginie)

M. Eric EIKENBERG (Directeur du cabinet de M. Clay SHAW), membre du Comité des voies et moyens (R. Floride)

M. Calvin DOOLEY, Membre du Comité de l'agriculture (D. Californie)

## **Représentations permanentes étrangères auprès de l'OMC**

**-AUSTRALIE** – M. Tim YEEND, Ministre Conseiller

**-CHINE** - M. SUN Zhenyu. Ambassadeur, Représentant permanent auprès de l'OMC

**-ETATS-UNIS** – M. David SHARK, Représentant permanent adjoint

**-HONGRIE** - M. Peter BALAS, Ambassadeur, Représentant permanent de la Hongrie auprès de l'OMC

**-INDE** - M. K.M. CHANDRASEKHAR Ambassadeur, Représentant permanent auprès de l'OMC

**-SUISSE** - M. Pierre-Louis GIRARD, Ambassadeur, Représentant permanent de la Suisse auprès de l'OMC

**-AFRIQUE DU SUD** - M. Faizel ISMAIL, chef de la délégation, Représentant permanent auprès de l'OMC

## **CABINETS D'AVOCATS**

### **Ernst & Young**

M. Daniel BONNABEAU

### **Cabinet Steptoe & Johnson (US)**

Mme Savery GRADOVILLE, Juriste spécialiste de la propriété intellectuelle

## **COMMISSION EUROPEENNE (BRUXELLES)**

### **Cabinet du Commissaire européen au commerce :**

Mme Isabelle GARZON, Membre du cabinet Commerce

### **Direction générale du Commerce**

M. Paul VANDOREN, chef de l'Unité propriété intellectuelle, marchés publics et nouvelles technologies

M. Antonio BERENQUER REGUANT, spécialiste des indications géographiques auprès de l'unité de la propriété intellectuelle

M. Antonio FERNANDEZ MARTOS, collaborateurs

### **Direction générale de l'Agriculture**

M. Corrado PIRZIO BIROLI, Chef de Cabinet

Mme Isabelle PEUTZ, Chef d'Unité politique de qualité des produits agricoles

M. Flairo COTURNI, Administrateur en charge des IG

## **DELEGATION DE LA COMMISSION EUROPEENNE (GENEVE)**

M. Carlo TROJAN, Représentant permanent

M. Patrick RAVILLARD, Conseiller

M. Raimund RAITH, Conseiller (affaires juridiques)

## ENTREPRISES

### **ALTRIA Corporation Services (Etats-Unis)**

M. Leonard CONDON, Directeur des relations commerciales internationales

### **BOOZ ALEN HAMILTON Inc**

M. Pierre RODOCANACHI et Olivier de COINTET

### **FONTERRA GROUP LTD (Nouvelle-Zélande)**

Mme Dawn BENNET, Trade policy manager

### **GROUPE LACTALIS**

M. Luc MORELON, Directeur communication

### **IDIA**

M. Jean-Jacques VAURY

### **MOET HENNESY**

M. Guillaume de GUITAUT, Directeur des affaires publiques

### **PERNOD RICARD**

M. Jean RODESCH, Directeur des affaires européennes

### **M. Ralph ICHTER**

Consultant des filières viticole et céréalière françaises à Washington

### **SODICA Groupe Crédit Agricole**

M. Bertrand THIMONIER, Délégué Régional

### **VITISPHERE**

M. Michel REMONDAT, Directeur

## ETABLISSEMENTS PUBLICS SOUS TUTELLE

### **MAAPAR**

### **INRA (Institut National de Recherche Agronomique)**

Mme Marion GUILLOU, Directeur général

M. Egizio VALCESCHINI

M. Philippe LACOMBE

M. François CASABIANCA

*M. Jacques NEFUSSI, Professeur*

### **INAO (Institut National des Appellations d'origine)**

M. Jérôme AGOSTINI, Directeur

M. Philippe MAUGUIN, Directeur

M. René RENOU, Président du CNIV (Comité national des vins et eaux de vie à AOC)

Mme Véronique FOUKS, Chef du service juridique et international

## **MINEFI**

### **UBIFRANCE**

M. Jean-Pierre TROTIGNON, Directeur général

M. Jean-Claude TRUNEL, Directeur, Direction agro-alimentaire

### **SOPEXA**

M. Dominique CHARDON, Président

Mme Marie-Noëlle GUERIN, Directeur des relations extérieures et institutionnelles

### **INPI (Institut National de la Propriété industrielle)**

M. Daniel HANGARD, Directeur général

Mme Martine HIANCE, Directrice générale

M. Jean-Baptiste MOZZICONACCI, Chef du Service affaires bilatérales et coopération internationale

## **FEDERATIONS PROFESSIONNELLES ET INTERPROFESSIONS**

### **BNIC (Bureau national interprofessionnel du cognac)**

M. Aziz ALLAM, Directeur du département des affaires juridiques, économiques et fiscales

### **CIVC (Comité interprofessionnel du vin de Champagne)**

M. Nicolas OZANAM, Secrétaire général

### **CNAOC (Confédération nationale des appellations d'origine contrôlées)**

M. BOBILLIER-MONNOT, Directeur

M. Eric TESSON

### **CNIEL (Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière)- CNAOL (Maison du lait)**

Mme Anne RICHARD, Chargée de mission

### **FEVS (Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France)**

M. Louis-Régis AFFRE, Délégué général

Mme Catherine BAUDRY, Directrice déléguée

### **Confédération Française de la Coopération Agricole**

M. Philippe MANGIN, Président

### **ONIV (Office National Interprofessionnel des vins)**

M. Jean-Luc DAIRIEN, Directeur

### **Compagnie Médocaine des Grands Crus**

M. Georges HAUSHALTER, Directeur général

## **ORGANISMES ETRANGERS**

### **Association américaine des industries agroalimentaires**

Mme Sarah THORN, Directrice du commerce international

### **Consumer Federation of America**

M. Mark SILBERGELD, Directeur des affaires internationales

### **JBC International (US)**

M. Jim CLAWSON, Président

Mme Jeannie BOONE, Spécialiste du commerce international

### **Université du Missouri-Columbia**

Mme Elizabeth BARHAM, Professeur Assistant de sociologie rurale

## **ORGANISATIONS INTERNATIONALES**

### **OIV (Office International de la Vigne et du Vin)**

M. Federico CASTELUCCI, Directeur

### **OMC (Organisation Mondiale du Commerce – Genève)**

M. Adrian OTTEN, Directeur de la Division de la propriété intellectuelle

Mme THU-LANG Tran WASESCHA, Conseillère à la Division de la propriété intellectuelle

### **OMPI**

M. Ernesto RUBIO, Sous-Directeur général (secteur des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques)

M. Matthijs GEUZE, Conseiller principal

## **ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES**

### **OrIGin (Genève)**

Mme Martine JAKES-DUFOUR, Membre du Secrétariat

## **ORGANISMES REGIONAUX DE PROMOTION DE LA QUALITE**

### **IRQUA (Institut régional de la Qualité Agroalimentaire) -NORMANDIE**

M. Jacques CHEVALIER, Directeur

### **ALSACE QUALITE**

M. Pascal JAN, Directeur

## **PRESSE SPECIALISEE**

### **AGRA PRESSE**

M. Hervé PLAGNOL, Rédacteur en chef

## Références bibliographiques

**ALSACE QUALITE** (2003) : « Actions pour le développement et la promotion de la qualité alimentaire en Alsace »

**AMBASSADE DE FRANCE A WASHINGTON** – Mission économique (2004) : « les mentions d'origine géographiques protégées aux Etats-Unis »

**AMBASSADE DE FRANCE A WASHINGTON** – Mission économique (2004) : « Les American Viticultural Areas, zones viticoles américaines »

**APPELLATIONS D'ORIGINE ET INDICATION DE PROVENANCE** (1995) : Dalloz – Dominique Denis

**COMMISSION EUROPEENNE** (2003) : « la réforme de la PAC », Newsletter – édition spéciale

**CONSEIL D'ANALYSE ECONOMIQUE** (1999) : « Agriculture et négociations commerciales », Documentation française

**DEMETER 2002 –Economie et stratégies agricoles** : « Nouveaux enjeux pour l'agriculture », Armand Colin

**DROIT DES APPELLATIONS D'ORIGINE ET INDICATIONS DE PROVENANCE** (2001) : Editions TEC & DOC – Norbert OLSZAK

**ECONOMIE RURALE** (2000) : « Les signes officiels de qualité, efficacité, politique et gouvernance » n°258

**FONTERRA** (2004) : Rapport annuel 2002-2003

**INSTITUT NATIONAL DES APPELLATIONS D'ORIGINE** (2003) : Rapport d'activité 2002

**INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE** (2003) : Rapport annuel 2002

**INSTITUT NATIONAL DE LA RECHERCHE AGRONOMIQUE** (1999) : « la Qualité des produits liée à l'origine », Actes – Séminaires 10/11-12-1998 Paris

**IRQUA NORMANDIE** (2003) : « Etats des lieux des démarches qualité en Normandie 2002 »

**JOURNAL OF RURAL STUDIES** (2003) : "Translating terroir : the global challenge of French AOC labelling" – Elizabeth BARHAM.

**LES ALIMENTS SOUS LABEL** (2000) : Editions France agricole – André Rival

**NEFFUSI Jacques** (2003) : « La tertiairisation des filières agroalimentaires », Revue Economies et Sociétés, n°26

**OCDE** (2001) : Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE (COM/AGR/APM/TD/WP(2000)15/FINAL

**OFFICE NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DES VINS** (2003) : Colloque 20-10-2003 - Assemblée nationale « Vins de France : une culture en mouvement »

**ORIGIN** (2004) : « News Letter n°1 et 2 »

**PERNOD RICARD** (2003) : Rapport annuel 2002

**SOPEXA** (2002) : « La promotion de la culture alimentaire française : un enjeu économique et politique pour la France », rapport rédigé sous la direction de D. CHARDON, président de SOPEXA

**SOPEXA** (2003) : Rapport d'activité 2002