

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

WT/GC/W/546
TN/C/W/25
18 mai 2005
(05-2027)

Conseil général
Comité des négociations commerciales

QUESTIONS RELATIVES À L'EXTENSION DE LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES PRÉVUE À L'ARTICLE 23 DE L'ACCORD SUR LES ADPIC À DES PRODUITS AUTRES QUE LES VINS ET LES SPIRITUEUX

Compilation des questions soulevées et des vues exprimées

Note du Secrétariat

Le présent document a été établi par le Secrétariat sous sa propre responsabilité et sans préjudice des positions des Membres ni de leurs droits et obligations dans le cadre de l'OMC.

1. Comme cela a été demandé lors des consultations menées au niveau technique par le Directeur général adjoint, M. Thompson-Flôres, le 25 avril 2005, la présente note a pour objet de présenter une compilation factuelle des questions soulevées et des vues exprimées au sujet des questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC à des produits autres que les vins et les spiritueux, la question ayant été inscrite au Programme de travail de Doha (document WT/MIN(01)/DEC/1, paragraphe 18).

2. Les travaux entrepris sur ce sujet depuis la Conférence ministérielle de Doha comprennent l'examen effectué en réunions formelles et informelles par le Conseil des ADPIC en 2002, les consultations menées par le Directeur général au printemps 2003 et les consultations menées au niveau technique par le Directeur général adjoint, M. Thompson-Flôres, à la demande du Directeur général, entre décembre 2004 et avril 2005, ainsi que certaines déclarations faites au CNC et au Conseil général. On trouvera à l'annexe 1 la liste des réunions formelles et informelles au cours desquelles ont eu lieu des discussions consacrées aux questions relatives à l'extension. Ces discussions ont été axées sur, respectivement, une Liste de questions élaborée par le Président du Conseil des ADPIC et datée du 17 septembre 2002 (JOB(02)/117), les suggestions formulées par le Directeur général, reprises dans une "Liste non exhaustive de sujets de discussion éventuels" distribuée le 25 juin 2003, et les suggestions dont le texte a été distribué par le Directeur général adjoint, M. Thompson-Flôres, le 13 janvier 2005; ces listes et suggestions sont reproduites à l'annexe 2. La présente compilation expose les questions soulevées et les observations formulées, tant par écrit qu'oralement, aux différentes réunions mentionnées ci-dessus. La liste complète des documents pertinents figure à l'annexe 3.

3. La présente note est organisée comme suit:

	Paragraphes n°
I. OBSERVATIONS GÉNÉRALES	6-19
II. QUESTIONS RELATIVES À L'OBJET DE LA PROTECTION	20-36
III. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES PRODUCTEURS DE LA ZONE DÉSIGNÉE PAR UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE	37-46
IV. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES PRODUCTEURS EXTÉRIEURS À LA ZONE DÉSIGNÉE PAR UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE	47-53
V. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LA RELATION ENTRE MARQUES DE FABRIQUE OU DE COMMERCE ET INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES	54-57
VI. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LE TRAITEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES HOMONYMES	58-60
VII. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES CONSOMMATEURS	61-63
VIII. LES COÛTS ET CHARGES ADMINISTRATIFS INHÉRENTS AUX PROCÉDURES LIÉES À UNE EXTENSION ÉVENTUELLE DE LA PROTECTION ET AUTRES EFFETS POUVANT RÉSULTER POUR LES POUVOIRS PUBLICS	64-72

4. Les sources des observations reprises dans cette compilation sont indiquées dans les notes de bas de page. Lorsque la note de bas de page renvoie à une consultation ou à un compte rendu de réunion du Conseil des ADPIC, cela signifie que l'observation a été faite oralement. Dans nombre de cas, la même observation a été faite plusieurs fois; nous n'avons pas cherché à indiquer en note la référence de toutes ces occurrences.

5. Au cours des discussions, des objections ont été faites quant à l'usage de certains termes, tels que "utilisation illégale" d'une IG, "usurpation" et "parasitisme", au motif que ces termes sont inappropriés lorsqu'ils sont appliqués à des activités légales et menées de bonne foi. Les délégations qui ont employé ces termes ont dit que ceux-ci exprimaient leurs vues de manière raisonnable et concise. La présente note reprend les termes employés par les Membres dont les vues sont rapportées ici. Cela ne devrait pas être considéré comme impliquant que le Secrétariat approuve d'aucune manière l'usage de ces termes.

I. OBSERVATIONS GÉNÉRALES

6. Le mandat énoncé dans le paragraphe 18 de la Déclaration de Doha et dans le paragraphe consacré aux questions de mise en œuvre dans la Décision du Conseil général du 1^{er} août 2004 concernant l'examen des questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC à des produits autres que les vins et les spiritueux a été examiné. Selon un point de vue, les négociations engagées sur cette question conformément aux paragraphes 12 et 18 de la Déclaration de Doha, comme celles concernant d'autres questions pendantes de mise en œuvre, faisaient partie intégrante du Programme

de travail de Doha.¹ L'extension des IG était un élément essentiel pour que le Cycle de Doha aboutisse à des résultats équilibrés.² Il s'agissait d'une question de mise en œuvre, car elle était liée aux asymétries et déséquilibres qui découlaient du Cycle d'Uruguay.³ Elle n'intéressait pas les seuls pays européens: la plupart des partisans de l'extension étaient des pays en développement.⁴ La question avait été examinée en détail et de façon exhaustive. Étant donné que, dans le cadre du Cycle de Doha, il serait nécessaire de prendre des décisions importantes dans d'autres domaines de négociation, le Conseil général et le CNC devraient se prononcer en faveur de l'extension. Une proposition concernant la façon dont l'extension pourrait être mise en œuvre avait été présentée dans l'annexe du document TN/C/W/14.⁵ En réponse, il a été dit que les paragraphes 12 et 18 de la Déclaration de Doha ne constituaient pas un engagement de négociation sur l'extension des IG. De plus, il était inapproprié de traiter la question comme une question de développement, car les divergences qu'elle suscitait n'opposaient pas les pays développés et les pays en développement. Comme il n'existait aucune disposition de l'Accord sur les ADPIC accordant la protection additionnelle des indications géographiques à des produits autres que les vins et spiritueux, ni aucun mandat convenu pour négocier l'extension de cette protection additionnelle, cette question ne pouvait pas être considérée comme une question relevant de la mise en œuvre.⁶ Les discussions n'avaient pas abouti à un consensus visant à recommander l'ouverture de négociations sur l'extension; en fait, il apparaissait clairement que de nombreux Membres y étaient hostiles pour différentes raisons, y compris, mais pas exclusivement, parce qu'il n'avait pas été démontré que la protection existant déjà pour les indications géographiques au titre de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC n'était pas suffisante.⁷

7. Des vues ont été échangées au sujet de la **relation entre la proposition d'extension et les deux autres initiatives lancées à l'OMC par certains Membres en matière d'IG**: la proposition d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des IG pour les vins et les spiritueux, faite dans le cadre de la Session extraordinaire du Conseil des ADPIC, et la proposition dite de "récupération" présentée par les Communautés européennes dans le cadre du Groupe de négociation sur l'agriculture. Selon un avis, toutes ces propositions se rapportaient à des questions de propriété intellectuelle et à des droits et obligations prévus par l'Accord sur les ADPIC et devaient être prises en considération dans l'analyse des objectifs, du champ d'application et de la teneur de la proposition d'extension des IG, pour les raisons suivantes:

- Les propositions concernant la récupération, l'extension et le registre multilatéral constituaient des instruments procéduraux légèrement différents au service de la même finalité politique. En premier lieu, en proposant la "récupération", leurs auteurs cherchaient à remonter le temps pour prohiber l'utilisation de certains termes, dont quelques-uns étaient devenus génériques ou avaient été déposés en tant que marques, en exigeant des Membres de l'OMC qu'ils renoncent à leurs droits de se

¹ WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 1; TN/C/4, page 1.

² TN/C/4, page 1; Bulgarie et Hongrie, consultations du DG, 22 mai 2003; Pakistan, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 104; Suisse, consultations du DGA, 10 mars 2005.

³ Inde, consultations du DG, 30 juin 2003.

⁴ Hongrie, consultations du DG, 22 mai 2003.

⁵ JOB(05)/61; TN/C/W/14.

⁶ WT/MIN(01)/W/8; Argentine, consultations du DG, 22 mai 2003.

⁷ IP/C/W/395.

prévaloir des exceptions figurant à l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC. Deuxièmement, ils cherchaient à faire en sorte que l'usage de tous les termes qui, selon eux, seraient des IG "dans l'avenir" soit aussi un peu plus circonscrit ou en fait prohibé (par l'effet de la prétendue extension). Troisièmement, ils cherchaient, au moyen d'un registre multilatéral juridiquement contraignant et obligatoire, à prohiber l'usage de certains termes par les utilisateurs légitimes et par les utilisateurs/titulaires de termes génériques et de marques.

- Les propositions tendant à interdire à certains Membres l'utilisation de certains termes rompraient l'équilibre des droits et des obligations que prévoit l'Accord sur les ADPIC. À l'heure actuelle, bon nombre de Membres de l'OMC jouissaient du droit de continuer à utiliser les termes que les auteurs avaient suggéré d'inscrire sur la liste des termes à récupérer. Ce droit d'utiliser ces termes était garanti par l'Accord sur les ADPIC. La possibilité de continuer à les utiliser avait été fondamentale pour l'accord auquel on était parvenu sur les indications géographiques à la fin du Cycle d'Uruguay et pour l'équilibre instauré par l'Accord sur les ADPIC entre la protection des IG et d'autres intérêts relevant de l'action gouvernementale. Avec la "récupération", toutes les exceptions actuellement énoncées avec soin dans l'Accord sur les ADPIC seraient clairement et immédiatement confisquées.⁸

8. En réponse, il a été dit ce qui suit:

- L'extension était une initiative tournée vers l'avenir qui visait à établir un cadre de protection adéquat pour les IG non encore considérées comme génériques ni enregistrées en tant que marques. À l'inverse, la liste limitée d'IG, qu'il avait été proposé de négocier au Comité de l'agriculture, était une initiative visant à "récupérer" l'exclusivité de l'utilisation de certains noms d'IG pour le Membre de l'OMC concerné, même si elles étaient actuellement considérées comme des termes génériques ou des marques sur le territoire d'autres Membres de l'OMC. C'était là un problème d'accès aux marchés. La récupération était étroitement liée à de nombreuses autres questions relevant du programme de négociation, et non pas uniquement à l'extension. Puisque la récupération, l'accès aux marchés, l'extension et beaucoup d'autres questions faisaient partie de l'engagement unique, le cadre approprié pour examiner ces liens serait le CNC, où les Membres seraient en mesure de débattre des liens entre les différents éléments de l'engagement unique, une fois qu'ils auraient fait le travail technique concernant l'extension des IG et fait rapport au Conseil général et au CNC.⁹

9. Les raisons qui justifient l'existence de **deux niveaux de protection pour les IG au titre de l'Accord sur les ADPIC** ont été examinées:

- Selon un avis, la protection prévue à l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC, qui était la seule protection existant pour les indications géographiques de produits autres que les vins et spiritueux, était insuffisante, et il faudrait supprimer le déséquilibre entre ces IG et les IG pour les vins et spiritueux en étendant à tous les produits la protection accordée aux vins et spiritueux tout en préservant, au moyen des exceptions prévues à

⁸ JOB(05)/8, paragraphes 7 et 8; Argentine, Brésil, Chili, Colombie, États-Unis et Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005; Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

⁹ JOB(03)/119, page 2; CE, consultations du DGA, 7 février 2005.

l'article 24, le nécessaire équilibre entre les intérêts des parties concernées.¹⁰ Les indications géographiques étaient un droit de propriété intellectuelle au même titre que les marques de fabrique ou de commerce, les dessins et modèles industriels et les brevets. Aucun de ces droits de propriété intellectuelle n'établissait de discrimination entre des catégories de produits aux fins de l'octroi d'une protection effective. Il n'y avait aucune raison commerciale, économique ou juridique de limiter la protection effective aux indications géographiques concernant les vins et spiritueux ou de ne pas l'accorder aussi aux indications géographiques concernant tous les autres produits.¹¹

- Selon un autre avis, la protection prévue par l'article 23 était supérieure à ce qui était nécessaire pour atteindre les objectifs légitimes de la protection des IG énoncés à l'article 22:2, et son extension accentuerait le déséquilibre résultant du fait que l'article 23 s'écartait de l'équilibre établi par l'article 22 entre les intérêts des consommateurs, ceux des producteurs et ceux du public. La différence de traitement n'était pas fondée sur la logique économique ni aucune autre forme de logique, mais résultait plutôt de l'histoire des négociations et de circonstances particulières au secteur du vin. Elle avait été admise comme une concession importante dans le cadre du Cycle d'Uruguay et non pas parce que l'on était convaincu de ses vertus intrinsèques. En outre, il fallait rappeler que, dans le cadre du GATT et de l'AGCS, il existait souvent des différences de traitement entre produits et services différents.¹² Si la différence dans les niveaux de protection était considérée comme une source de difficultés, la meilleure façon d'y remédier serait de supprimer le niveau de protection prévu à l'article 23.¹³ De plus, on pouvait douter du sérieux avec lequel certains Membres prétendaient considérer la question de la discrimination lorsque ces mêmes Membres cherchaient à introduire une nouvelle discrimination entre produits par leur proposition de récupération.¹⁴

10. La question de l'effet de l'extension sur **l'équilibre des droits et obligations et sur la répartition des avantages entre les Membres** a été examinée. Des préoccupations ont été exprimées quant au fait qu'elle pourrait amener un déséquilibre. À cet égard, il a été dit que certains Membres, tout en ayant eux-mêmes très peu d'IG, pourraient être obligés de protéger des centaines ou des milliers d'IG d'autres Membres. L'extension pourrait créer une dichotomie additionnelle entre les avantages dont bénéficieraient les Membres de l'OMC possédant de nombreuses IG et les coûts qu'encourraient les Membres qui en ont peu.¹⁵ Dans le cadre de l'Accord de Lisbonne, très peu des Membres en développement de l'OMC avaient enregistré des IG. En revanche, la France avait

¹⁰ IP/C/W/353, paragraphes 4 et 12; République slovaque, IP/C/M/38, paragraphes 137 et 138; JOB(03)/119, pages 5 et 6.

¹¹ TN/C/W/14, page 1.

¹² IP/C/W/386, paragraphe 3; États-Unis, IP/C/M/38, paragraphe 174; Uruguay, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 127; Australie, consultations du DG, 22 mai 2003; Argentine, consultations du DGA, 7 février 2005; Canada, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹³ Chili, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 164; Argentine, IP/C/M/38, paragraphe 156.

¹⁴ JOB(05)/8, paragraphes 13 et 14.

¹⁵ Uruguay, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 172; IP/C/W/386, paragraphes 3 et 4; États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003; Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005; Taipei chinois, consultations du DGA, 25 avril 2005.

enregistré 77 pour cent des IG protégées dans le cadre de cet accord. En tout, les pays européens avaient enregistré 784 IG sur un total de 834 IG enregistrées.¹⁶ La proposition des CE sur la récupération aurait un effet négatif sur l'équilibre résultant du Cycle d'Uruguay en supprimant toutes les exceptions.¹⁷

11. En réponse, il a été dit que rien ne prouvait ce prétendu "déséquilibre numérique". Au contraire, des exemples concrets de pays appliquant déjà l'extension et dans lesquels très peu de détenteurs de droits étrangers avaient essayé de protéger leurs IG montraient que cet argument n'avait aucun fondement. Depuis 1996, par exemple, le Brésil avait enregistré ou reçu des demandes visant à enregistrer seulement cinq IG des CE, et le Paraguay aucune. Dans aucun de ces pays il n'y avait eu de litige lié à une IG. L'argument ne reconnaissait pas le principe fondamental selon lequel la protection des IG dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC était une protection "à la demande", c'est-à-dire une protection que les détenteurs de droits devaient invoquer auprès des tribunaux des pays tiers. Les détenteurs de droits n'allaient dans un pays tiers pour bénéficier de cette protection que lorsqu'ils avaient la capacité d'exportation nécessaire pour que l'investissement en vaille la peine et lorsqu'ils y avaient intérêt. En outre, la question du "déséquilibre numérique" n'était pas pertinente lorsqu'il s'agissait d'évaluer les avantages économiques d'une protection "étendue" des IG et les possibilités commerciales qui en découlaient. Ce qui importait, c'était les courants d'échanges existants et potentiels concernant chaque IG, dont la valeur était très variable. Une seule IG, par exemple "riz basmati", qui générait 300 millions de dollars EU d'exportations, pouvait être beaucoup plus importante qu'un grand nombre d'IG qui n'étaient pas utilisées pour l'exportation. Si l'on estimait que le "déséquilibre numérique" était un problème, cela pourrait conduire à envisager des solutions radicales s'agissant des marques de fabrique ou de commerce ou des brevets. Par exemple, l'Office des brevets et des marques des États-Unis avait enregistré plus de 2,5 millions de marques et pourtant personne n'avait prétendu que, comme les États-Unis étaient le principal bénéficiaire de la protection des marques, cette section de l'Accord sur les ADPIC devrait être supprimée.¹⁸ De plus, étant donné que la question relevait de l'engagement unique, il convenait, non pas de soulever les questions de l'équilibre des droits et obligations ou des avantages et désavantages dans un seul domaine, mais de considérer l'équilibre global.¹⁹

12. Un échange de vues a eu lieu sur la **manière dont la proposition d'extension est liée aux fondements de la protection des DPI**. Selon un avis, la proposition selon laquelle les gouvernements devraient accorder des droits de monopole à perpétuité sur la base d'un accident de l'histoire et de la géographie, comme le proposaient les demandeurs, suscitait des doutes sérieux. Les droits de PI étaient normalement accordés à ceux qui avaient découvert ou créé quelque chose et pour un certain laps de temps. Une protection était donnée aux créateurs, aux scientifiques, aux inventeurs, aux auteurs et aux chercheurs afin de les récompenser d'avoir conçu de nouveaux produits, de nouveaux procédés et de nouvelles œuvres d'art. Eux-mêmes et leurs investisseurs étaient incités par là à poursuivre leurs activités.²⁰ La question des IG devrait être examinée à la lumière des travaux de

¹⁶ Argentine, consultations du DGA, 7 février 2005; Australie, IP/C/M/38, paragraphe 177.

¹⁷ Canada, consultations du DGA, 25 avril 2005; JOB(05)/8, paragraphes 7 et 8; Argentine, consultations du DGA, 7 février 2005; Australie, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁸ CE, Hongrie et Malte, IP/C/M/37/Add.1, respectivement, paragraphes 142 (citant aussi l'annexe, pages 99 et 100), 148 et 157; CE, JOB(03)/119, page 3; CE, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁹ Hongrie, consultations du DG, 30 juin 2003; Bulgarie, consultations du DGA, 10 mars et 25 avril 2005.

²⁰ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 72; consultations du DG, 22 mai 2003; consultations du DGA, 7 février 2005; Argentine, consultations du DG, 30 juin 2003.

l'OMC sur la politique de la concurrence. Les partisans de l'extension devaient admettre, au minimum, que la proposition d'extension visait à étendre des droits de monopole sur certains termes géographiques à certains de leurs producteurs et qu'il existait un élément anticoncurrentiel dans la création de ces droits.²¹

13. En réponse, il a été dit qu'il était inexact d'affirmer qu'il ne convenait pas de protéger les IG par des DPI parce que ceux-ci étaient censés protéger l'innovation et la créativité, car les DPI allaient au-delà de ces deux critères. En fait, l'Accord sur les ADPIC donnait de nombreux exemples de catégories de DPI qui ne protégeaient ni l'innovation ni la créativité – par exemple la protection des renseignements non divulgués communiqués pour l'autorisation de commercialisation des produits pharmaceutiques.²² De plus, les IG ne donnaient pas lieu à un monopole comme c'était le cas des brevets et du droit d'auteur parce que, contrairement à ce qui se passait avec ces autres types de protection, il ne serait interdit à personne de produire et de vendre le produit lui-même. L'effet incitatif des IG intéressait donc beaucoup plus les petits producteurs visant des marchés étroits que les grandes sociétés qui comptaient plus fréquemment sur les brevets et le droit d'auteur. L'argument selon lequel les efforts investis dans la réputation d'un produit renommé en raison de son origine géographique ne seraient pas créatifs ne reconnaissait pas que cette réputation reposait parfois sur des décennies ou même des siècles de créativité, y compris en ce qui concerne le développement des savoirs traditionnels.²³ En outre, il était inexact de dire qu'il n'existait pas d'autres DPI dont la durée de protection était illimitée: les marques et les secrets commerciaux en étaient des exemples.²⁴

14. Des vues ont été exprimées au sujet des **implications de l'extension des IG pour la préservation de la diversité culturelle**. Selon un avis, étant donné qu'un certain nombre de Membres avaient accueilli de nombreux immigrants qui avaient apporté avec eux leurs traditions culturelles, y compris certains noms et termes, essayer de récupérer des termes qui avaient été utilisés pendant des décennies sans contestation procéderait d'un manque de sensibilité culturelle de la part des Membres, surtout ceux dont ces immigrants étaient originaires.²⁵ Dans les traditions culinaires ainsi apportées par les immigrants dans leur pays d'adoption, ces termes étaient de simples descriptions génériques de produits alimentaires et de préparation des aliments.²⁶ Les Membres devraient reconnaître le droit des gouvernements d'adopter des réglementations pour réaliser des objectifs politiques légitimes et renforcer la diversité culturelle.²⁷ Les coutumes des immigrants constituaient des droits acquis que les Membres ne pouvaient pas balayer d'un revers de main dans les négociations.²⁸ En réponse, il a été dit que l'exception relative aux droits acquis prévue à l'article 24 était particulièrement pertinente par rapport à cette préoccupation importante d'ordre non commercial relevant du domaine de l'agriculture, à savoir la préservation de l'identité culturelle. Le maintien de

²¹ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 152; Canada, consultations du DGA, 7 février 2005.

²² CE, IP/C/M/38, paragraphe 130.

²³ Bulgarie, IP/C/M/38, paragraphe 125; Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005.

²⁴ Inde et Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005.

²⁵ Australie, IP/C/M/35, paragraphe 146.

²⁶ Canada, consultations du DG, 22 mai 2003.

²⁷ Australie, IP/C/M/35, paragraphe 146.

²⁸ Argentine, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 86.

toutes les exceptions, y compris l'exception relative aux droits acquis, permettrait de répondre à cette préoccupation. L'article 23:3 sur l'homonymie d'indications géographiques était une preuve supplémentaire que l'extension n'était pas contraire à la préservation de la diversité culturelle.²⁹ On a fait valoir également que les dénominations des thés, des cafés, du riz, des bananes, des tapis et des produits artisanaux des auteurs de la proposition étaient en jeu et que c'était leur patrimoine culturel qu'ils cherchaient à protéger par l'extension des IG.³⁰

15. La question de **savoir si le travail technique nécessaire pour clarifier entièrement les objectifs, le champ d'application, la teneur et les implications de la proposition d'extension avait été accompli de façon adéquate** a été examinée.

- Selon un avis, ces points avaient été examinés de manière approfondie pendant plusieurs années, des questions avaient été posées à leur sujet et des réponses y avaient été apportées à de nombreuses reprises. La question de l'extension des IG avait fait l'objet, depuis le début du Cycle de Doha, d'un examen approfondi et d'une discussion exhaustive, comme en témoignaient les nombreuses communications et propositions formulées par plusieurs Membres de l'OMC, ainsi que les comptes rendus du Conseil des ADPIC, y compris certains exposés détaillés antérieurs au Cycle de Doha, tels ceux figurant dans les documents IP/C/W/204/Rev.1, IP/C/W/247/Rev.1, IP/C/W/289 et IP/C/W/308/Rev.1. Selon cet avis, les consultations menées par le Directeur général adjoint, M. Thompson-Flôres, en qualité d'ami du Directeur général, marquaient la fin des travaux techniques sur l'extension des IG.³¹
- Selon un autre avis, ces questions n'étaient pas encore entièrement comprises et nombre d'interrogations soulevées n'avaient pas encore reçu de réponse adéquate.³² L'adoption de rapports de groupes spéciaux par l'ORD en avril 2005 montrait que les obligations existantes n'étaient pas encore pleinement mises en œuvre. Il fallait qu'elles le soient avant toute tentative pour les modifier.³³ Il a été indiqué qu'un bon moyen d'éclaircir les problèmes en jeu consisterait à étudier sur un exemple pratique les conséquences que produirait, dans un cas concret, l'application intégrale de tous les éléments de la proposition d'extension. On pourrait à cet effet prendre l'exemple du fromage "feta", à la lumière des controverses et litiges en cours en Europe concernant les coûts et incidences de la transformation de ce nom en une IG.³⁴ Un échange de vues a eu lieu sur les conséquences possibles sur le marché canadien.

16. Il a été répondu à la proposition de réaliser une étude de cas que jamais à l'OMC une telle étude n'avait été demandée ou tentée.³⁵ En réaction, il a été dit que tous les négociateurs devaient

²⁹ Hongrie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphes 150 et 151.

³⁰ Inde, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 59.

³¹ JOB(05)/61, paragraphes 3 et 4 et annexe; Suisse, consultations du DGA, 25 avril 2005.

³² Australie, États-Unis, Malaisie et Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 25 avril 2005.

³³ Australie, consultations du DGA, 25 avril 2005.

³⁴ Canada, consultations du DGA, 10 mars 2005; Afrique du Sud, Australie, Canada, Chili, États-Unis et Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 25 avril 2005.

³⁵ CE, consultations du DGA, 25 avril 2005.

considérer, au moins sur le plan intérieur, ce que pourraient être les incidences, sur le marché et en termes de bien-être, des résultats possibles des négociations. S'agissant de la propriété intellectuelle, il était nécessaire en outre de prendre en compte divers facteurs aux fins de l'appréciation globale en termes d'intérêt public, y compris les droits des consommateurs et des producteurs, les effets sur l'innovation, etc.³⁶

17. Selon un avis, les recherches indépendantes menées ces dernières années, par exemple certains documents établis par la CNUCED, l'ICTSD, la Commission des droits de propriété intellectuelle du Royaume-Uni et le Secrétariat de l'OMC, avaient montré que les coûts et avantages de l'extension des IG n'étaient pas clairs. Il incombait aux auteurs de la proposition de montrer qu'accepter l'extension apporterait des avantages économiques nets pour tous.³⁷

18. En réponse, il a été dit que, l'analyse économique empirique ne pouvant se faire que rétrospectivement, il n'était pas possible de montrer empiriquement quels seraient les avantages découlant de la modification du cadre juridique. C'est ce qui expliquait le manque de clarté des résultats de ces études. Toutefois, il existait des études, dont celles réalisées par la CNUCED, parfois en collaboration avec l'ICTSD, qui indiquaient un résultat positif.³⁸ Une réunion de Membres africains avait conclu que la question des coûts et des avantages ne devrait pas être envisagée en termes purement mathématiques; il fallait également examiner les coûts de la "non-extension", ainsi que le rôle que les IG pourraient jouer par rapport aux "marques de pays" et le traitement des questions de la biopiraterie et des savoirs traditionnels.³⁹ De plus, l'objet des consultations techniques n'était pas de réussir à prouver les bienfaits de l'extension pour parvenir ainsi à un consensus, mais de définir les choix qui seraient possibles au moment de trouver l'équilibre approprié, au bout du compte, dans le cadre d'ensemble des négociations de Doha.⁴⁰

19. Des préoccupations ont été exprimées quant à l'opportunité d'étendre le degré de protection plus élevé à tous les produits alors que les dispositions de l'Accord sur les ADPIC concernant les IG n'étaient pas encore pleinement mises en œuvre par tous les Membres de l'OMC. L'Accord sur les ADPIC n'était entré en vigueur qu'en 1995, certains Membres ne s'étaient acquittés de leurs obligations que récemment et d'autres ne l'avaient pas encore fait. Le Conseil des ADPIC devait encore mener à bien une évaluation détaillée de la manière dont les Membres s'étaient acquittés de leurs obligations en matière d'indications géographiques. L'adoption de deux rapports par l'ORD en 2005 montrait que l'un des principaux demandeurs ne s'était pas encore acquitté entièrement de ses obligations. Ces rapports avaient soulevé d'importantes questions concernant l'interprétation de l'Accord sur les ADPIC, que le Conseil des ADPIC devait prendre pleinement en considération.⁴¹ En réponse, il a été dit que la proposition d'extension ne visait pas à créer un nouveau niveau de protection, mais simplement à étendre le niveau de protection des indications géographiques existant pour les vins et spiritueux – celui qui était prévu par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC – à tous les autres produits. Le but de cette proposition était donc de créer des conditions homogènes pour la

³⁶ Canada, consultations du DGA, 25 avril 2005.

³⁷ Australie, consultations du DGA, 10 mars 2005.

³⁸ Sri Lanka et Suisse, consultations du DGA, 10 mars 2005.

³⁹ Kenya, consultations du DGA, 10 mars 2005.

⁴⁰ Bulgarie, consultations du DGA, 10 mars et 25 avril 2005.

⁴¹ JOB(02)/95; Australie, consultations du DGA, 25 avril 2005; Chili, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 145.

protection des indications géographiques dans l'Accord sur les ADPIC, de sorte que tous les Membres puissent bénéficier à égalité de ce meilleur niveau de protection pour leurs produits. De plus, les questions relatives à la protection des indications géographiques dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC avaient été discutées de manière exhaustive au Conseil des ADPIC et par la suite. Il importait de ne pas mélanger des questions distinctes.⁴²

II. QUESTIONS RELATIVES À L'OBJET DE LA PROTECTION

20. Deux principaux avis ont été présentés concernant la portée de la définition de l'IG à l'article 22:1 et ses incidences sur la possibilité pour une indication de bénéficier de l'extension:

- L'extension n'aurait pas de conséquences pour la définition figurant dans l'article 22:1, car elle n'établissait pas de distinction entre aires de production et, par conséquent, constituait une base pour la protection équilibrée des indications géographiques, pour tous les produits. La définition de l'article 22:1 était suffisamment flexible pour répondre aux objectifs de l'extension.⁴³ La proposition concrète d'extension figurant dans l'annexe du document TN/C/W/14 n'envisageait pas de modification de l'article 22:1.
- Il existait des interprétations divergentes et variées de la définition de l'IG.⁴⁴ Ce point était important parce que les Membres de l'OMC qui comptaient sur l'extension de l'article 23 pour faire protéger certains termes sur le territoire d'autres Membres de l'OMC risquaient de se rendre compte que ces termes n'y bénéficiaient d'aucune protection parce que ces autres Membres de l'OMC avaient conclu qu'ils ne correspondaient pas à la définition de l'indication géographique, ou n'étaient pas susceptibles de protection parce qu'ils relevaient de l'une des exceptions prévues à l'article 24. Il était donc improbable que l'extension de l'article 23 aux indications géographiques pour les autres produits assure la protection promise pour tous les termes dans tous les Membres de l'OMC.⁴⁵ L'examen des différences entre ce que de nombreux pays semblaient considérer comme relevant ou non de la définition de l'article 22 et la protection effectivement accordée dans la pratique aiderait à faire en sorte que les attentes concernant les éventuels avantages découlant de l'extension soient réalistes dans les faits.⁴⁶ La question de ce qui tomberait ou non sous le coup de l'article 22:1 était fondamentale s'agissant d'évaluer les avantages dont bénéficieraient les producteurs sur les marchés d'exportation en conséquence d'une protection accrue.⁴⁷

⁴² JOB(05)/61; TN/C/W/14; Suisse, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 190.

⁴³ IP/C/W/353, paragraphes 7 et 8; Sri Lanka et Jamaïque, IP/C/M/36/Add.1, respectivement, paragraphes 135 et 160; République tchèque, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 109.

⁴⁴ Australie, consultations du DGA, 7 février 2005; Canada, IP/C/M/38, paragraphe 82.

⁴⁵ IP/C/W/386, paragraphe 5; Taipei chinois et Malaisie, consultations du DGA, 25 avril 2005; Guatemala, IP/C/M/37/Add.1, paragraphes 101 et 102.

⁴⁶ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 163; Argentine, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

⁴⁷ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 74.

21. Selon un avis, il était particulièrement important de s'entendre sur la définition de l'article 22:1 lorsqu'il s'agissait de produits autres que les vins, car ces produits étaient jusque-là habituellement protégés par des marques, sans aucun système de contrôle collectif – contrairement à ce qui était le cas pour les vins, lesquels, dans certains pays européens, étaient le plus souvent protégés par des appellations d'origine ou des systèmes analogues strictement contrôlés par les pouvoirs publics, ou par la collectivité concernée.⁴⁸

22. La question de l'applicabilité du **principe de territorialité** à la définition des indications géographiques pouvant bénéficier d'une protection a été examinée. À cet égard, les observations ci-après ont été formulées:

- Seule la législation nationale de chaque pays pouvait préciser davantage la portée et la nature des objets visés par l'article 22:1. Ce droit était en effet conféré aux Membres par l'Accord, qui les laissait libres de déterminer la méthode appropriée pour le mettre en œuvre dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques.⁴⁹
- Il était nécessaire d'approfondir la question de savoir si les critères servant à établir qu'un terme pourrait être protégé en tant qu'indication géographique devaient être déterminés par le pays d'origine de l'indication géographique ou par le pays dans lequel la protection était demandée.⁵⁰ Les auteurs de la proposition d'extension avaient-ils en vue un résultat global unique pour une indication géographique donnée, ou bien étaient-ils prêts à maintenir des exceptions en fonction des applications linguistiques et culturelles, et à tenir compte des différences de perception entre les consommateurs?⁵¹
- Le principe de l'application territoriale, c'est-à-dire le droit pour chaque Membre de déterminer si une indication donnée était une indication géographique ou pas, ne devrait pas être supprimé et remplacé par un processus complexe d'enregistrement international, de contestations, de différends et d'arbitrage, qui serait confié à des personnes qui ne seraient pas des agents du gouvernement du Membre dans lequel la protection serait recherchée.⁵²

23. En réponse, il a été dit que le principe de territorialité s'appliquait effectivement à l'Accord sur les ADPIC et à ses dispositions concernant les indications géographiques. Ce principe supposait que les Membres de l'OMC croient sur parole le Membre à l'origine d'une indication géographique lorsqu'il affirmait que cette indication répondait à la définition figurant dans l'article 22:1 et relevait par conséquent des "moyens juridiques" offerts aux "parties intéressées" que l'Accord sur les ADPIC imposait de prévoir. Toutefois, cela ne signifiait pas que l'indication géographique en question serait

⁴⁸ Corée, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 141.

⁴⁹ Australie, Argentine et Paraguay, IP/C/M/37/Add.1, paragraphes 112, 161 et 183, respectivement.

⁵⁰ Australie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 99.

⁵¹ Australie, IP/C/M/35, paragraphe 141.

⁵² Australie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 156; Chili, consultations du DG, 30 juin 2003.

finalement protégée. C'est ce qui se passerait par exemple en cas de demande de protection du nom "téléphone" en tant qu'indication géographique pour désigner un vin.⁵³

24. La question de la mesure dans laquelle les **noms de pays** seraient acceptés par les partenaires commerciaux comme susceptibles de constituer des indications géographiques a été examinée. À cet égard, il a été dit que, alors qu'un grand nombre des auteurs de la proposition d'extension semblaient désireux d'obtenir la protection du nom de leur pays en tant qu'indication géographique, on ne savait pas très bien dans quelle mesure les autres Membres accepteraient cela:

- La législation d'un Membre limitait la reconnaissance des noms de pays comme constituant une indication géographique à des "circonstances exceptionnelles". La question a été soulevée de savoir si, en pratique, des termes tels que "yaourt bulgare", "thé chinois", "café du Kenya", "café de Colombie", "salami hongrois" ou "rhum jamaïcain" seraient reconnus comme constituant des indications géographiques.⁵⁴
- Un autre texte de ce Membre disposait que, dans le cas des vins importés avec indication géographique, les indications "qui serv[aient] exceptionnellement à identifier un vin comme étant originaire d'un pays tiers dans son intégralité" ne pouvaient être utilisées que si elles figuraient dans une annexe à ce texte, mais, pour l'heure, cette annexe était constituée d'une page vierge.⁵⁵ La protection conférée par le régime de ce Membre avait été refusée à des termes tels que "Chardonnay australien" et "Chardonnay néo-zélandais", au motif qu'ils renvoyaient à des aires géographiques trop grandes pour répondre à la seconde partie de la définition de l'article 22, selon laquelle une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit pouvait être attribuée essentiellement à cette origine géographique.⁵⁶

25. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- Les noms de localités, de régions et même de pays pouvaient être des indications géographiques au sens de l'article 22:1, à condition qu'ils satisfassent aux conditions énoncées dans cet article, en particulier en ce qui concerne l'existence d'un lien entre la qualité, la réputation ou autres caractéristiques d'un produit et son origine géographique. Tout nom ou signe qui évoquait une origine géographique et répondait à la définition de l'article 22:1 pouvait être protégé en tant qu'indication géographique. Étant donné qu'il était nécessaire d'établir un lien entre la qualité, la réputation ou autre caractéristique d'un produit et son origine géographique, la question de savoir si tel ou tel nom répondait à la définition ne pouvait être tranchée qu'au cas par cas, en tenant compte de toutes les données pertinentes spécifiques à une situation donnée. Un grand nombre des malentendus concernant les noms ou les signes qui répondraient ou non à la définition de l'article 22:1 étaient imputables au fait que l'importance de ce lien était négligée.⁵⁷

⁵³ CE et Inde, IP/C/M/37/Add.1, respectivement, annexe, page 97 et paragraphe 159.

⁵⁴ Australie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 152; IP/C/W/386, paragraphe 11.

⁵⁵ Australie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 152.

⁵⁶ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 163.

⁵⁷ Hongrie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 147; CE, IP/C/M/38, paragraphe 139; IP/C/W/353, paragraphe 7; Inde, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 62; Jamaïque, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 136; CE, IP/C/M/37/Add.1, annexe, pages 97 et 98.

- Certains Membres avaient enregistré des noms de pays en tant qu'IG, par exemple "Luxembourg" pour les produits carnés et "Suisse" pour les montres. Ces enregistrements n'avaient pas été limités à des petits pays ni même au domaine des produits alimentaires. On pouvait citer comme exemples d'IG de pays protégées dans le domaine des vins et spiritueux les désignations suivantes: rhum de la Martinique, rhum de la Guadeloupe, rhum de la Réunion, rhum de Guyane, Irish Whiskey, Whisky Español, Brandy Italiano, Deutscher Weinbrand, eau-de-vie de marc, de pommes, de poires, de kirsch, de quetsches, de mirabelles ou de prunelles – marque nationale luxembourgeoise, Dansk Akvavit, Anís Español, Ginjinha Portuguesa, Anís Portuguê. ⁵⁸
- La question des noms de pays n'aurait de place dans le débat que si les Membres proposaient de modifier quelque chose à la définition de l'article 22:1, ce qui n'était pas le cas. Si certains Membres estimaient que l'article 22:1 était insuffisant, ils devaient présenter des propositions pour le clarifier dans le sens qu'ils souhaitaient. ⁵⁹

26. Il a été demandé si les marques de certification pouvaient protéger des noms de pays. ⁶⁰ En réponse, il a été dit que les noms de pays, par exemple "Thaïlande" pour un type de riz particulier, pourraient être protégés en tant que marques de certification. ⁶¹

27. Il a été dit que la définition figurant dans l'article 22:1 ne pourrait inclure les **règles d'origine ou indications de provenance**, car celles-ci ne faisaient pas mention d'une qualité, d'une réputation ou d'une autre caractéristique du produit, mais uniquement de son origine géographique. Les règles d'origine étaient un outil de classification tarifaire qui devait être distingué des indications géographiques au sens de l'Accord sur les ADPIC. ⁶²

28. La question a été soulevée de savoir si les termes géographiques appliqués à des **mélanges de produits**, tels que le café du Kenya, les mélanges de riz "jasmin" et d'autres riz, ou de thé "Darjeeling" et d'autres thés, pourraient être considérés comme des IG. ⁶³

29. S'agissant des **noms qui ne sont pas des noms de lieu ou noms non géographiques** (c'est-à-dire qui ne désignent pas une localité, une région, etc.), tels que riz "jasmin" ou "basmati", la question a été posée de savoir s'ils seraient acceptés comme relevant de la définition de l'article 22:1. ⁶⁴ En réponse, il a été dit que les noms non géographiques pouvaient être protégés dans la mesure où ils permettaient d'identifier un produit comme provenant d'un certain territoire. Par exemple, "riz

⁵⁸ CE, IP/C/M/37/Add.1, annexe, pages 97 et 98; Jamaïque, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 136.

⁵⁹ Bulgarie, IP/C/M/38, paragraphe 135; Bulgarie, consultations du DGA, 7 février 2005.

⁶⁰ Thaïlande, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

⁶¹ États-Unis, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

⁶² IP/C/W/353, paragraphe 7.

⁶³ Australie et États-Unis, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002; Australie, IP/C/M/38, paragraphe 74.

⁶⁴ Australie, IP/C/M/35, paragraphe 144; Nouvelle-Zélande, IP/C/M/35, paragraphe 157; États-Unis, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 74; Australie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 155; IP/C/W/386, paragraphe 11.

jasmin" évoquait clairement la Thaïlande et pouvait constituer une IG en dépit de son caractère non géographique. Ont été également cités comme exemples "Vinho Verde", "Cava" et "Tête de moine" (fromage traditionnel suisse). Les indications géographiques pouvaient aussi prendre la forme de symboles ou d'emblèmes, tels que le "Taj-Mahal" pour désigner des produits indiens de cette région, ou la "Tour Eiffel" pour désigner des produits venant de la région de Paris, ou bien encore la carte de la Jamaïque pour désigner du café ou du sucre originaire de ce pays.⁶⁵

30. La question de la mesure dans laquelle les **expressions** dites **traditionnelles**, telles que "vintage", "vin de liqueur de qualité", "sweet", "dry", "fine", "ruby", "tawny" ou "château", relèveraient de la définition des indications géographiques a été examinée.⁶⁶ Selon un avis, le fait même que l'on affirme que la définition figurant dans l'article 22:1 était flexible faisait craindre que ces termes puissent être considérés comme pouvant bénéficier d'une protection en tant qu'indications géographiques.⁶⁷ Les pays devraient faire preuve de la plus grande prudence en acceptant le principe de l'extension, car ils ne savaient pas où les demandes s'arrêteraient, même si ces termes n'étaient pas spécifiquement liés à une provenance géographique.⁶⁸ À cet égard, les observations ci-après ont été formulées:

- Des doutes ont été semés par un communiqué de presse officiel d'un Membre selon lequel les expressions traditionnelles constituaient des indications géographiques.⁶⁹
- Il n'y avait pas de raison, par exemple, pour que les producteurs de vin de France jouissent du droit exclusif d'utiliser le mot "château" alors qu'il s'agissait d'un vocable descriptif courant dans d'autres pays également.⁷⁰
- Certains Membres revendiquaient la propriété de certaines formes de bouteilles. Dans quelques années, les bouteilles du type bouteilles de champagne, qui étaient utilisées partout dans le monde, pourraient être soudain déclarées expression traditionnelle ou forme traditionnelle.⁷¹

31. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- Les expressions traditionnelles ne pouvaient pas être protégées en tant qu'indications géographiques parce qu'elles n'étaient pas associées à une provenance géographique particulière.⁷² En fait, comme les expressions traditionnelles ne répondaient pas à la

⁶⁵ IP/C/W/353, paragraphe 7; Sri Lanka, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 136; Jamaïque, Inde et CE, IP/C/M/37/Add.1, respectivement, paragraphes 136, 159 et annexe, page 98; Suisse, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

⁶⁶ Australie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 101; JOB(02)/95, page 5.

⁶⁷ Australie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 184.

⁶⁸ Australie, IP/C/M/35, paragraphe 201.

⁶⁹ Australie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 155; Australie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 88.

⁷⁰ Canada, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 126.

⁷¹ Australie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 185.

⁷² Kenya, IP/C/M/35, paragraphe 175.

définition de l'indication géographique figurant à l'article 22:1, elles ne relevaient pas du débat sur l'extension.⁷³

- Comme les expressions traditionnelles n'étaient pas protégées en tant qu'indications géographiques dans leur pays d'origine, conformément à l'article 24:9 elles ne pourraient pas être protégées dans d'autres Membres.⁷⁴
- Puisque des termes tels que "vintage", "sweet", "dry" et "fine" se rapportaient tous aux vins et spiritueux, ils n'avaient pas de place dans le débat concernant l'extension de la protection à des produits *autres* que les vins et spiritueux.⁷⁵

32. Des questions ont été posées sur le point de savoir si les **variétés végétales et noms de végétaux**, les **termes non reconnus par les consommateurs** et les **termes fantaisistes** pourraient relever de la définition de l'IG et être susceptibles de protection.⁷⁶ Il a en outre été demandé si, selon la proposition, les **procédés et méthodes de production sans rapport avec les produits** seraient visés.⁷⁷ En réponse à cette dernière interrogation, il a été dit que, selon la définition de l'article 22:1 de l'Accord sur les ADPIC, une indication géographique pouvait par exemple être fondée sur des facteurs humains locaux existant sur le lieu d'origine des produits (comme certaines techniques de fabrication ou méthodes traditionnelles de production).⁷⁸ Par conséquent, si des producteurs locaux, en particulier des petites et moyennes entreprises, étaient réputés pour un procédé de production qu'ils avaient mis au point au fil du temps, ils étaient légitimement en droit d'en recueillir les avantages.⁷⁹

33. La question a été posée de savoir si les auteurs de la proposition préconisaient que les **services** soient visés par l'extension.⁸⁰ Il a été répondu que la proposition ne visait pas les services.⁸¹

34. Des éclaircissements ont été demandés quant aux produits visés par la proposition d'extension. Les **produits artisanaux traditionnels et objets d'art** seraient-ils exclus comme cela semblait être le cas dans la proposition de récupération?⁸² Quels seraient les **produits non agricoles**

⁷³ Suisse, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002; CE, consultations du DGA, 7 février 2005.

⁷⁴ CE, IP/C/M/37/Add.1, annexe, page 98; Suisse, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002; Jamaïque, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 136.

⁷⁵ CE, IP/C/M/35, paragraphe 183.

⁷⁶ Australie et États-Unis, consultations du DGA, 7 février 2005; Nouvelle-Zélande, IP/C/M/35, paragraphe 157; IP/C/W/386, paragraphe 5.

⁷⁷ Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005; Uruguay, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

⁷⁸ IP/C/W/353, paragraphe 6.

⁷⁹ Turquie, IP/C/M/35, paragraphe 165.

⁸⁰ Australie, consultations du DGA, 7 février 2005; Australie, IP/C/M/35, paragraphe 141.

⁸¹ Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005; Kenya, IP/C/M/35, paragraphe 174.

⁸² Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

visés?⁸³ En réponse, il a été dit que l'extension visait à permettre une protection plus effective par les IG, non seulement pour les vins et spiritueux, mais aussi pour tous les autres produits, par exemple le riz, la soie, le café, le thé, le tabac, les pommes, les ananas, le coton, la vanille, le miel, la viande bovine, l'huile de palme, la cannelle, les tapis, les céramiques, les objets artisanaux en argent ou en bois, etc.⁸⁴

35. Il a été avancé qu'une raison pour laquelle un grand nombre des avantages recherchés par les partisans de l'extension risquaient de ne pas se réaliser était que les indications géographiques importantes pour eux relèveraient peut-être de l'une des **exceptions prévues à l'article 24** et pourraient, en conséquence, ne pas pouvoir bénéficier d'une protection. Certains termes qui avaient été mentionnés comme importants à propos de l'extension étaient déjà des termes génériques dans certains autres pays et relèveraient donc de l'exception prévue à l'article 24:6. Ont été cités en exemple les tapis Boukhara aux États-Unis, le yaourt bulgare en France ou le thé de Ceylan et le riz basmati.⁸⁵

36. En réponse, il a été dit qu'il ne fallait pas oublier que, si une indication géographique était devenue générique sur le territoire d'un Membre, cela ne signifiait pas qu'elle avait perdu toute sa valeur économique dans les autres Membres. L'application des exceptions variait selon les Membres, ce qui signifiait que l'extension fournirait aux producteurs légitimes un moyen juridique efficace d'empêcher la dégénérescence de leurs indications géographiques en termes génériques sur des marchés nouveaux.⁸⁶

III. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES PRODUCTEURS DE LA ZONE DÉSIGNÉE PAR UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE

37. La question de l'incidence de l'extension sur les producteurs de la zone désignée par une indication géographique a été examinée de manière approfondie. Les auteurs du projet de dispositions juridiques figurant dans l'annexe du document TN/C/W/14 ont proposé que l'article 23 soit modifié de manière à prescrire à chaque Membre de prévoir les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation des indications géographiques identifiant "des produits pour de tels produits qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question ..." et non pas seulement celle des indications géographiques 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 ...". Selon un avis, il faudrait le faire pour les raisons suivantes:

- Les producteurs légitimes d'un produit identifié par une indication géographique seraient mieux protégés contre l'utilisation illégale de l'indication géographique pour cette catégorie de produits. Les concurrents ne produisant pas ce produit dans la zone géographique indiquée ne pourraient pas utiliser de façon non légitime l'indication géographique pour leur produit. Tous les producteurs sauraient donc clairement

⁸³ Colombie, consultations du DGA, 7 février 2005.

⁸⁴ WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 4 et note de bas de page 2; Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005; TN/C/4, page 2.

⁸⁵ IP/C/W/386, paragraphes 10 et 11; Guatemala, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 102.

⁸⁶ Suisse, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 133.

quelles sont les situations dans lesquelles l'utilisation d'une indication géographique pour les produits de la même catégorie est licite ou non.⁸⁷

- Les dispositions actuelles de l'article 22 n'empêchaient pas le "parasitisme", consistant à exploiter abusivement la réputation d'un produit possédant des caractéristiques uniques et une qualité spécifique du fait de son origine géographique pour d'autres produits portant la même indication géographique mais provenant d'autres régions et ne possédant pas les mêmes qualités. Par exemple, il était parfaitement licite, en vertu de l'Accord sur les ADPIC, de vendre du yaourt au goût bulgare ou de la feta de type bulgare.⁸⁸ En revanche, l'article 23 prévoyait une protection contre l'utilisation d'une indication géographique associée à un "délocalisant" indiquant l'origine réelle et contre l'utilisation en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres expressions similaires.⁸⁹

38. En réponse, on a fait valoir ce qui suit:

- La protection conférée aux indications géographiques par l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC, et sa mise en œuvre au moyen de marques de certification, répondait de façon adéquate aux préoccupations concernant la protection des noms et connotations se rapportant au patrimoine national et à la qualité nationale. À cet égard, un Membre a dit qu'elle constituait un système transparent et pratique pour la protection des IG, par exemple avec l'utilisation de "Stilton" pour le fromage, "Parme" pour le jambon, "Roquefort" pour le fromage, "Suisse" pour le chocolat, "de Colombie" pour le café colombien, "Halloumi" pour le fromage chypriote, "Darjeeling" pour le thé indien, "Parmigiano-Reggiano" pour le fromage italien, "Jamaïca Blue Mountain" pour le café jamaïcain et "Banshu Somen" pour les nouilles japonaises. Beaucoup de pays en développement tiraient déjà parti du système des marques de certification pour bénéficier de cette protection.⁹⁰ Un autre Membre a dit qu'il offrait cette protection en vertu des dispositions de sa loi sur les marques de fabrique ou de commerce, par exemple pour "Inde" pour les épices, "thé de Ceylan" et "fromage de Fribourg".⁹¹
- L'impression que certains pouvaient avoir selon laquelle la protection prévue à l'article 22 était insuffisante était due en grande partie au fait que les Membres ne mettaient pas en œuvre entièrement et de façon appropriée les obligations existantes découlant de l'article 22. En outre, dans certains pays, le petit nombre des enregistrements effectués par des étrangers pour obtenir la protection prévue à l'article 23 semblait indiquer que les producteurs estimaient actuellement que l'article 22 leur conférait une protection suffisante. Un autre facteur restreignant pour de nombreux Membres la possibilité d'utiliser la protection offerte par l'Accord sur

⁸⁷ IP/C/W/353, paragraphe 13.

⁸⁸ Bulgarie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 115. Sri Lanka, consultations du DGA, 10 mars 2005; TN/C/4, page 2; JOB(03)/119, page 4.

⁸⁹ IP/C/W/353, paragraphe 13; TN/C/W/14, page 2; JOB(05)/61, page 4.

⁹⁰ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

⁹¹ Canada, IP/C/M/35, paragraphe 171.

les ADPIC était que, souvent, ils ne protégeaient pas les IG sur le plan interne.⁹² Il n'a pas été suffisamment démontré en quoi la protection prévue à l'article 22 était insuffisante. Il faudrait fournir au Conseil des exemples concrets des problèmes que les Membres avaient rencontrés, ou rencontreraient actuellement, pour obtenir une protection satisfaisante en vertu de cette disposition.⁹³

- En ce qui concerne l'argument de parasitisme avancé par les partisans de l'extension, des indications d'origine géographiques utilisées dans un pays ont commencé à être utilisées dans d'autres pays, non pas parce qu'elles étaient notoirement connues dans le monde entier et que les utilisateurs voulaient en faire une utilisation parasitaire, mais parce que des citoyens du premier pays avaient émigré dans le second et utilisaient pour leurs produits les mêmes termes qu'ils avaient utilisés dans leur pays d'origine. Le gros de cette émigration avait eu lieu entre le XVII^e siècle et le milieu du XX^e siècle, dans de nombreux cas avant même que la protection des appellations d'origine existe dans les territoires des Membres qui revendiquaient aujourd'hui ces termes. Les immigrants avaient considérablement investi dans la mise au point, la production et la publicité des produits en utilisant ces termes familiers, créant une forte demande tant sur le marché intérieur que sur le marché mondial et rencontrant un succès commercial spectaculaire. Il serait donc plus exact de dire que les producteurs de l'ancien monde qui prétendaient reprendre ces noms étaient les véritables "parasites" cherchant à exploiter le succès commercial des producteurs du nouveau monde.⁹⁴

39. Il a été dit que le recours au système de protection des marques collectives ou de certification avait l'inconvénient d'imposer le versement régulier de taxes de renouvellement, qui plus est sans assurer le niveau de protection prévu par l'article 23.⁹⁵ En réponse, il a été dit que ce coût devrait être apprécié au regard de celui qui résulterait de l'extension des IG. Certains Membres préconisaient un système coûteux d'enregistrement multilatéral qui serait probablement fondé sur un système de tarification des services rendus.⁹⁶

40. La question de **savoir si l'extension aiderait à éviter que les IG deviennent des termes génériques** a été examinée. Selon un avis, étant donné que, en l'état actuel des choses, les indications géographiques pour les produits autres que les vins et spiritueux pouvaient être usurpées et utilisées de façon parasitaire pour des produits qui n'avaient ni l'origine ni la qualité des produits qu'elles identifiaient, elles risquaient, du fait de cet usage abusif, de devenir génériques, de perdre tout potentiel et toute valeur économiques et d'induire les consommateurs en erreur.⁹⁷ Comme, avec l'extension, contrairement à ce qui était le cas en application de l'article 22, l'utilisation d'une

⁹² IP/C/W/386, paragraphe 6; Nouvelle-Zélande, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 166; Australie, IP/C/M/38, paragraphe 76.

⁹³ Canada, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 121; Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005; Taipei chinois, consultations du DGA, 25 avril 2005.

⁹⁴ IP/C/W/386, paragraphe 7; États-Unis, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002; Chili, consultations du DGA, 10 mars 2005; Argentine, consultations du DGA, 25 avril 2005.

⁹⁵ Sri Lanka, IP/C/M/38, paragraphe 144.

⁹⁶ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 149.

⁹⁷ TN/C/4, page 2.

indication géographique associée à un "délocalisant" indiquant l'origine réelle (par exemple ce qu'il est convenu d'appeler les semi-génériques) ou l'utilisation en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres expressions similaires serait pareillement interdite pour toutes les indications géographiques, l'extension permettrait d'empêcher que d'autres indications géographiques ne deviennent génériques.⁹⁸ Il était d'autant plus important et nécessaire de le faire que, en raison de la mondialisation et de la rapidité du flux des produits et de l'information, la connaissance d'une nouvelle indication géographique pouvait se répandre très rapidement dans le monde entier.⁹⁹

41. En réponse, on a fait valoir que la protection prévue par l'article 22 était suffisante pour empêcher qu'une indication géographique ne devienne générique. Avec un régime d'IG mettant intégralement en œuvre l'Accord sur les ADPIC dans son texte actuel, on pouvait douter qu'il y ait des exemples de produits qui, tout en exploitant pleinement la protection existante, aient perdu leur caractère distinctif et soient devenus génériques. Si cela se produisait, ce serait parce que le propriétaire de l'IG n'aurait pas utilisé les moyens offerts par l'article 22 pour empêcher l'utilisation de l'IG par d'autres.¹⁰⁰ Par exemple, le terme "parmesan" avait été utilisé dans le monde entier pendant plusieurs décennies comme terme générique pour désigner un fromage blanc à pâte dure. En fait, ce terme était tellement générique que les membres du Codex Alimentarius souhaitaient établir des normes d'identité pour ce produit afin que, partout dans le monde, on puisse produire du parmesan conformément à des normes établies au niveau international. Si l'indication "parmesan" était vraiment une indication géographique si importante, ses prétendus propriétaires auraient pu tenter de la faire protéger aux États-Unis en tant que marque de certification, comme l'avaient fait les propriétaires de l'indication "Roquefort".¹⁰¹ En réaction, il a été dit que, bien que la protection par une marque de certification ait été obtenue pour "Parmigiano Reggiano", cela n'avait pas aidé à conférer une protection pour "parmesan", car cette protection aurait suscité des conflits avec plusieurs marques locales préexistantes constituées de variantes stylistiques du terme "parmesan", même si le terme lui-même n'était pas protégé.¹⁰²

42. La question de **savoir si la protection prévue par l'article 23 réduirait les charges et les coûts et accroîtrait l'efficacité de la mise en œuvre de la protection des IG en comparaison avec la protection prévue par l'article 22** a été examinée. Selon un avis, en apportant une plus grande clarté et davantage de certitude juridique en ce qui concerne les situations dans lesquelles l'utilisation d'une indication géographique était licite ou non, la protection au titre de l'article 23 signifierait que les utilisateurs légitimes des indications géographiques n'auraient pas à engager des procédures coûteuses pour démontrer l'existence d'une confusion chez les consommateurs, impliquant la réalisation de sondages d'opinion onéreux et souvent peu concluants. Le critère de l'article 23 était plus objectif et les décisions judiciaires seraient plus uniformes et harmonieuses, puisque la décision finale ne serait pas laissée à l'appréciation du juge sur le point de savoir si le "public" avait

⁹⁸ IP/C/W/353, paragraphe 13; Sri Lanka, consultations du DGA, 10 mars 2005; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphes 7 et 13; JOB(02)/32, paragraphe 15; JOB(05)/61, paragraphe 4; Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 69.

⁹⁹ Suisse, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 131.

¹⁰⁰ IP/C/W/386, paragraphe 7; États-Unis, consultations du DGA, 7 février 2005; Paraguay, IP/C/M/38, paragraphe 128.

¹⁰¹ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁰² CE, IP/C/M/38, paragraphes 152 et 171.

effectivement été induit en erreur.¹⁰³ Par ailleurs, le critère exigeant que le public ait été "induit en erreur", prévu à l'article 22, n'était pas suffisamment clair et pouvait donner lieu à de longues palabres juridiques.¹⁰⁴ Offrir aux petits producteurs et entreprises la protection conférée par l'article 23, moins coûteuse et plus sûre sur le plan juridique, leur donnerait un meilleur moyen d'empêcher l'utilisation abusive de leurs IG à l'étranger que l'obligation difficile et contraignante de prouver que le public avait été induit en erreur ou qu'il y avait eu un acte de concurrence déloyale.¹⁰⁵

43. En réponse, il a été dit ce qui suit:

- L'extension ne dispenserait pas les producteurs de devoir agir pour faire respecter leurs droits et assumer les coûts correspondants. Cela concordait tout à fait avec la protection des autres types de DPI. Les producteurs tirant avantage de ces droits devaient supporter les coûts associés à leur protection. Ainsi, les producteurs ne bénéficieraient effectivement d'un niveau plus élevé de protection que dans la mesure où ils auraient la volonté et les moyens de faire respecter leurs droits.¹⁰⁶
- L'argument concernant la clarté et la certitude juridique négligeait le fait que le plaignant qui voudrait se prévaloir des droits qui lui étaient actuellement reconnus par l'article 23 aurait la charge de réfuter les allégations selon lesquelles une des exceptions à la protection prévues à l'article 24 était applicable.
- Il était injustifié de laisser entendre que l'application dans les différents ordres de juridiction du critère de l'utilisation trompeuse ou constituant un acte de concurrence déloyale prévu à l'article 22 aboutissait à des décisions contradictoires. Ce à quoi elle conduisait, c'était à déterminer si l'utilisation dans une situation déterminée était trompeuse ou déloyale, en appliquant à chaque cas particulier cette même norme du comportement trompeur ou de la concurrence déloyale. C'était précisément l'application, dans chaque cas, des mêmes règles et normes au niveau national qui assurait l'harmonie et la prévisibilité.
- Pour tirer de l'article 23 une certitude juridique telle que les producteurs soient certains des termes qu'ils avaient le droit d'utiliser et de ceux qu'ils n'avaient pas le droit d'utiliser, il faudrait que l'extension ait pour résultat que ceux qui utilisent un terme particulier identifiant des produits par leur situation géographique n'aient pas à être en concurrence avec d'autres personnes utilisant ce même terme pour identifier des produits provenant d'un autre lieu. Si tel était le résultat que les demandeurs recherchaient, un certain nombre de questions se posaient: faudrait-il en conséquence interdire l'utilisation du terme pour tout autre produit? faudrait-il en outre interdire l'utilisation du terme dans toutes les langues? comment les Membres de l'OMC sauraient-ils quelles traductions de l'IG seraient jugées appropriées par les utilisateurs, et donc à interdire? faudrait-il à cette fin une liste de toutes les traductions possibles

¹⁰³ IP/C/W/353, paragraphe 13; TN/C/W/14, page 2; Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 12.

¹⁰⁴ Turquie, IP/C/M/35, paragraphe 166; IP/C/W/353, paragraphe 4.

¹⁰⁵ Pakistan, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 167; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 6.

¹⁰⁶ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 78.

du terme? enfin, comment cela serait-il compatible avec certaines des flexibilités prévues à l'article 1:1 de l'Accord sur les ADPIC?¹⁰⁷

- Les producteurs devaient aussi savoir que la création de droits à une IG à l'échelle nationale serait coûteuse. Les producteurs nationaux souhaitant constituer une IG devaient mobiliser les autres producteurs de la région pour créer un consensus. La création d'un consensus intranational pouvait être difficile parce que les producteurs devaient fixer les limites territoriales à l'intérieur desquelles existerait le lien essentiel avec une qualité, réputation ou autres caractéristiques d'un produit et décider également des critères applicables pour déterminer dans quelles circonstances l'usage de l'IG serait permis. Ces démarches pourraient causer des conflits entre les producteurs nationaux qu'il faudrait trancher. Il est probable que ces efforts nécessiteraient également l'exercice de pressions auprès des gouvernements et la réalisation d'études pour établir les limites géographiques, y compris pour se défendre contre les revendications de producteurs qui se retrouveraient en dehors de ces limites. Les producteurs ou les industries des pays en développement, essentiellement des petites et moyennes entreprises, ne pourraient supporter facilement de tels coûts.¹⁰⁸

44. La question de la **mesure dans laquelle l'extension aiderait les producteurs bénéficiaires à commercialiser leurs produits et à accroître leurs possibilités commerciales** a été examinée. Selon un avis, l'amélioration de la certitude juridique à l'échelle multilatérale encouragerait les producteurs quant à l'efficacité des IG en tant que moyen de commercialisation. Elle inciterait les producteurs à commercialiser leurs produits à l'échelle internationale, ce qui favoriserait le commerce international.¹⁰⁹ Les producteurs, notamment ceux des pays en développement, ne pouvaient se permettre de fonder leurs décisions d'investissement et d'exportation sur des interprétations judiciaires potentiellement changeantes et contradictoires. L'incertitude concernant les conditions dans lesquelles ils opéraient était nuisible au commerce et à l'investissement, et donc au développement.¹¹⁰ L'"extension" offrirait de nouvelles possibilités de marchés en prévenant les distorsions des échanges. Les avantages en découlant favoriseraient le développement des communautés rurales locales et encourageraient une politique agricole et industrielle axée sur la qualité. À l'instar des produits protégés par des marques, les produits bénéficiant d'une bonne protection des indications géographiques seraient mieux placés pour obtenir un accès accru aux marchés de pays tiers.¹¹¹ À une époque de mondialisation et de commerce très concurrentiel, la valeur ajoutée d'une indication géographique créerait des possibilités nouvelles et meilleures pour les produits de qualité, en particulier pour les Membres qui sont des petits pays et des pays en développement, et offrirait une solution intéressante pour réaliser des économies d'échelle.¹¹² Une enquête menée par un institut suisse (IHA/GfM Institut für Marktanalysen) avait révélé que les consommateurs accordaient

¹⁰⁷ États-Unis, consultations du DGA, 7 février 2005; Canada, consultations du DGA, 10 mars 2005; Japon, IP/C/M/38, paragraphe 183.

¹⁰⁸ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 77; Guatemala et Chili, IP/C/M/38, paragraphes 111 et 113, respectivement.

¹⁰⁹ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 69; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 8.

¹¹⁰ TN/C/W/21/Rev.1, paragraphes 5 et 6.

¹¹¹ IP/C/W/353, paragraphe 4; JOB(03)/119, page 7; JOB(02)/32, paragraphe 6.

¹¹² TN/C/W/14, page 2; JOB(02)/32, paragraphe 10.

beaucoup d'attention à l'origine géographique quand ils achetaient un produit.¹¹³ Une IG étant un bien appartenant à une certaine collectivité résidant dans une région particulière, les collectivités concernées devraient avoir le droit d'utiliser leurs IG pour obtenir plus d'avantages commerciaux. Les indications géographiques avaient une importance particulière pour les pays en développement et pouvaient conférer de la valeur ajoutée à leur commerce d'exportation.¹¹⁴

45. En réponse, il a été dit ce qui suit:

- L'extension en elle-même ne suffirait pas à faire des indications géographiques pour les produits de qualité un outil de commercialisation précieux. C'était le travail ardu consistant à mettre au point un produit de qualité et à le promouvoir sur le marché qui ferait que, de simple nom de lieu, une IG deviendrait un outil de commercialisation précieux. C'était la perception du consommateur qui donnerait sa valeur à l'IG, et cela ne pouvait se faire que si les détenteurs des droits sur une IG qui utilisent celle-ci s'efforcent de mettre sur le marché des produits de qualité à l'intention du consommateur. Les demandeurs espéraient-ils que l'extension des IG permettrait de brûler les étapes cruciales de la production et de la commercialisation de produits de qualité sur les marchés d'exportation?¹¹⁵ Selon une étude européenne récente sur l'efficacité des IG, celles-ci ne clarifiaient pas les notions des consommateurs de façon très efficace. Selon les experts auteurs de cette étude, les consommateurs ne se servaient pas beaucoup des IG pour distinguer entre les produits puisqu'ils ne les reconnaissaient pas. De plus, même pour les consommateurs qui reconnaissaient les IG, celles-ci n'étaient pas la seule source d'information sur l'origine et les caractéristiques des produits. C'est pourquoi la demande de produits portant une IG n'augmentait pas et, partant, les prix n'évoluaient pas. Les producteurs ne tiraient donc pas nécessairement des avantages de l'utilisation d'une IG.¹¹⁶
- Aucun de ces exemples n'avait montré que les IG avaient été la cause d'une augmentation des parts de marché, ces causes pouvant être nombreuses et variées. Une analyse complète et adéquate devrait mesurer la contribution relative de diverses causes à cet égard, et il serait donc très difficile de savoir combien des statistiques présentées permettaient d'attribuer de façon convaincante une augmentation des prix et de la part de marché à l'existence d'une IG.¹¹⁷
- La reconnaissance d'un produit protégé par une indication géographique ne pourrait jamais lui garantir l'accès à un marché, car cette reconnaissance ne supprimerait ni les obstacles tarifaires, ni les réglementations techniques, ni les autres types de mesures non tarifaires.¹¹⁸

¹¹³ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 108.

¹¹⁴ Inde, consultations du DG, 30 juin 2003; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 8.

¹¹⁵ Nouvelle-Zélande et Chili, IP/C/M/38, paragraphes 87 et 113, respectivement; États-Unis et Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹¹⁶ Canada, IP/C/M/38, paragraphe 84.

¹¹⁷ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 73.

¹¹⁸ Équateur, IP/C/M/35, paragraphe 188; Argentine, Chili et Uruguay, IP/C/M/36/Add.1, paragraphes 85, 148 et 164, respectivement; Guatemala, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 100.

- Il était probable que de nombreux termes présentant un intérêt potentiel pour les demandeurs ne seraient pas susceptibles de bénéficier d'une protection parce qu'ils ne relèveraient pas de la définition de l'IG utilisée sur le territoire sur lequel la protection était revendiquée ou qu'ils tomberaient sous le coup de l'une des exceptions prévues à l'article 24, ayant été utilisée sur les marchés internationaux pendant des décennies.¹¹⁹

46. Il a été dit aussi que l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC n'était pas la panacée pour les producteurs de vins et spiritueux. En fait, les commentateurs disaient à présent que l'approche hautement réglementaire employée en Europe était un facteur expliquant la difficulté qu'éprouvaient les producteurs de vin européens à commercialiser et à innover d'une manière attirante pour les consommateurs, pour rencontrer le même succès que les producteurs de vin du Nouveau Monde.¹²⁰ Sur quelles études et sur quels faits les pays en développement partisans de l'extension se fondaient-ils pour considérer que cette proposition leur serait bénéfique?¹²¹ En réponse, il a été dit que, même s'il était vrai que l'extension aiderait tous les producteurs de produits de qualité traditionnels d'une origine géographique donnée à protéger leurs investissements de façon adéquate et à rivaliser sur le marché mondial contre les produits en vrac, les IG n'étaient que l'une des stratégies de commercialisation à leur disposition, elles n'étaient ni une garantie de succès, ni la panacée pour tous leurs problèmes.¹²²

IV. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES PRODUCTEURS EXTÉRIEURS À LA ZONE DÉSIGNÉE PAR UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE

47. L'incidence de l'extension sur les producteurs extérieurs à la zone désignée par une indication géographique mais qui utilisent le terme en question depuis un certain temps a été examinée. Selon un avis, ces producteurs pourraient subir des coûts et charges d'ajustement et autres considérables, notamment:

- Les coûts de commercialisation associés au choix d'une nouvelle désignation pour le produit et à la modification de son emballage ainsi qu'aux mesures prises pour que les consommateurs reconnaissent cette nouvelle désignation. Le changement de désignation et le processus de commercialisation seraient rendus plus difficiles par le fait que, dans de nombreux cas, les producteurs auraient à commercialiser ce qui apparaîtrait comme de "nouveaux" produits (à cause du changement de nom), mais sans que ces produits offrent l'avantage de présenter des caractéristiques nouvelles.¹²³ Ces coûts ne devaient pas être sous-estimés, en particulier s'il fallait lancer une campagne de commercialisation sur un marché outre-mer.¹²⁴ Les parties prenantes demandaient quels noms ils pourraient utiliser si on les empêchait d'utiliser le terme normal pour le produit considéré, si tous les producteurs concernés utiliseraient le même nouveau nom et à qui incomberaient les coûts du choix des nouveaux noms, de

¹¹⁹ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 75; Malaisie et Taipei chinois, consultations du DGA, 25 avril 2005; IP/C/W/386, paragraphe 10.

¹²⁰ Argentine et Australie, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹²¹ Argentine, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹²² Suisse, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹²³ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/38, paragraphe 89; États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹²⁴ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 80.

la modification de l'étiquetage et de l'information des consommateurs.¹²⁵ En ce qui concerne les traductions d'IG, un grand nombre de termes de la langue locale pourraient être exclus si leurs équivalents dans d'autres langues étaient reconnus comme des IG.¹²⁶ Les noms ci-après étaient quelques-uns de ceux dont les producteurs craignaient de perdre l'usage parce qu'ils pourraient être admis à bénéficier de la protection étendue de l'article 23: asiago, vinaigre balsamique, camembert, édám, emmental, feta, gouda, olives de Kalamata, parmesan et pilsen.¹²⁷

- Les coûts comprendraient:
 - i) la perte de revenus, parce qu'il faudrait baisser les prix pour inciter les consommateurs à acheter ces "nouveaux" produits;
 - ii) les coûts des modifications apportées aux processus de production et d'étiquetage;
 - iii) les coûts résultant du bouleversement de la relation avec les consommateurs, en particulier compte tenu du fait que l'Accord sur les ADPIC ne prévoyait pas de période de transition laissant aux producteurs le temps de s'adapter. Par exemple, comment les consommateurs sauraient-ils que la qualité des produits portant un nouveau nom n'aurait pas changé?¹²⁸
 - iv) les coûts liés à une perte possible d'accès à des marchés, en particulier les marchés assortis de contingents ou de tarifs liés à des types ou des noms spécifiques de produits.¹²⁹
- Contrairement à ce qui se passait lorsqu'une entreprise était tenue de modifier une marque, ces coûts pourraient concerner une multitude d'entreprises, car les termes considérés étaient généralement utilisés par de nombreux producteurs.¹³⁰
- Par ailleurs, il fallait tenir compte des coûts associés à la réalisation d'analyses pour chaque marché d'exportation afin de déterminer s'il serait permis aux producteurs extérieurs à la zone désignée par l'IG de continuer d'utiliser le matériel d'emballage et de commercialisation sur ces marchés. À défaut de telles recherches, ces producteurs risquaient de s'exposer à des peines ou des poursuites judiciaires sur les marchés d'exportation où ils seraient accusés de porter atteinte à l'IG d'un autre producteur.¹³¹

¹²⁵ Canada, consultations du DGA, 10 mars et 25 avril 2005.

¹²⁶ Chine, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 139.

¹²⁷ IP/C/W/386, paragraphe 25.

¹²⁸ Canada, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹²⁹ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 80.

¹³⁰ Chili, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹³¹ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 80.

- L'une des principales motivations des demandeurs étant la conviction que l'extension leur permettrait d'augmenter leur part de marché dans leur propre pays pour les produits protégés par une IG, il fallait reconnaître que, si cela se réalisait, d'autres fournisseurs seraient exclus.¹³²
- Un exemple des effets de l'article 23 concernait un petit producteur national de vins mousseux. Après que des producteurs des CE eurent gagné un procès engagé auprès d'un tribunal de Nouvelle-Zélande pour que ce producteur cesse d'utiliser le terme "Champagne" pour désigner son vin, ce producteur avait dû dépenser 250 000 dollars EU dans une nouvelle campagne de commercialisation. Dans l'année qui avait suivi cette interdiction d'utiliser l'indication "Champagne", ses recettes avaient chuté de 40 pour cent et il lui avait fallu quatre ans pour retrouver une situation bénéficiaire.¹³³ Un exemple de la difficulté de trouver de nouveaux noms concernait l'indication "Port ("porto")", dont l'utilisation avait été interrompue suite à un accord bilatéral avec les CE. Toutefois, les CE avaient aussi fait objection à l'utilisation de certains adjectifs anglais tels que "tawny" et "ruby", mettant les producteurs dans une situation difficile pour trouver d'autres moyens de désigner leur produit.¹³⁴

48. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- La crainte que l'extension nécessite un important réétiquetage des produits par les producteurs situés à l'extérieur de la zone désignée, ce qui entraînerait des coûts administratifs et serait source de confusion pour le consommateur, était infondée. Il ne serait pas nécessaire de procéder à un tel réétiquetage parce que les exceptions prévues à l'article 24 s'appliqueraient *mutatis mutandis* à la protection étendue au titre de l'article 23.¹³⁵ La proposition d'extension était conçue de façon à n'avoir d'effets que pour l'avenir et n'aurait aucune incidence sur l'utilisation existante des noms correspondant à des indications géographiques protégées, dans la mesure où celles-ci seraient en conformité avec l'Accord sur les ADPIC, en application des dispositions de l'article 24.¹³⁶ L'extension n'exigeait pas une protection de démantèlement.¹³⁷ Ces exceptions tiendraient dûment compte de l'utilisation antérieure de bonne foi d'IG pour des produits n'ayant pas l'origine considérée. Les exceptions de l'article 24 n'étaient toutefois pas applicables si l'IG avait été utilisée de mauvaise foi, avec l'intention de profiter de sa réputation. Dans ce cas, l'obligation de réétiqueter un produit donné semblait une conséquence appropriée. Les avantages économiques à

¹³² Nouvelle-Zélande, IP/C/M/38, paragraphe 88.

¹³³ Nouvelle-Zélande, consultations du DG, 30 juin 2003; Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹³⁴ Australie, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹³⁵ IP/C/W/353, paragraphe 41; CE, consultations du DGA, 10 mars 2005; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 13; JOB(03)/119, page 2.

¹³⁶ IP/C/W/353, paragraphe 3; République tchèque, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 169; JOB(05)/61, paragraphe 5.

¹³⁷ TN/C/W/14, page 2.

long terme de l'extension l'emporteraient de toute façon sur les coûts associés aux quelques cas où le réétiquetage pourrait être nécessaire.¹³⁸

- Les dispositions de l'article 24 s'appliquaient de manière générale à tous les produits (c'est-à-dire y compris les vins et spiritueux) de la même façon, à l'exception de l'article 24:4 et, dans une certaine mesure, de l'article 24:6 qu'il pourrait être nécessaire d'adapter.¹³⁹ Les ajustements qu'il pourrait être nécessaire d'apporter à l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC, s'ils sont dûment justifiés, devraient s'appuyer sur les principes suivants: i) ils ne devraient pas se faire au détriment du principe de l'"extension" de la protection additionnelle à tous les produits; ii) ils devraient être rédigés de façon restrictive et ne permettre que des interprétations restrictives, ce qui est la nature même des exceptions; iii) ils devraient permettre une solution souple tenant compte de l'intérêt des différents intervenants sur le marché. L'utilisation de bonne foi et l'utilisation de longue durée n'induisant pas le consommateur en erreur devraient être les critères essentiels de l'examen de l'utilisation des indications géographiques qui pourraient faire l'objet d'exceptions; iv) ils ne devraient pas diminuer le niveau de protection précédemment accordé aux indications géographiques.¹⁴⁰
- Si certaines délégations estimaient que les exceptions prévues à l'article 24 seraient insuffisantes, elles devraient faire des propositions sur la manière de les adapter.¹⁴¹
- Était-il prouvé que, depuis leur entrée en vigueur, les dispositions de l'Accord sur les ADPIC concernant les vins et spiritueux aient imposé un réétiquetage ou entraîné la disparition de certains produits du marché? Les exceptions prévues par l'article 24 étant très générales, l'argument du réétiquetage n'était pas crédible faute d'exemples le démontrant.¹⁴² En fait, certains des pays qui exprimaient les plus grandes inquiétudes affirmaient aussi que leur branche de production avait obtenu des résultats particulièrement bons pendant la période considérée sur les marchés d'exportation.¹⁴³
- La crainte que les producteurs se trouvant à l'extérieur de la zone désignée soient tenus de procéder à des examens approfondis pour déterminer s'il leur serait permis d'utiliser une IG était sans fondement. L'extension éliminerait les incertitudes juridiques parce que les producteurs et les commerçants n'auraient à répondre qu'à une seule question simple afin de déterminer s'ils pouvaient utiliser une IG pour un produit: le produit provenait-il du lieu désigné par l'IG en question et avait-il les caractéristiques associées à ce lieu? C'était une tâche facile qui n'entraînerait pas de coûts additionnels.¹⁴⁴

¹³⁸ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 70.

¹³⁹ IP/C/W/353, paragraphe 36.

¹⁴⁰ IP/C/W/353, paragraphe 39.

¹⁴¹ Bulgarie, CE, Hongrie et Suisse, consultations du DG, 30 juin 2003; JOB(05)/61, paragraphe 7; JOB(03)/119, page 5.

¹⁴² CE, IP/C/M/38, paragraphe 197; JOB(03)/137.

¹⁴³ République tchèque, consultations du DG, 22 mai 2003.

¹⁴⁴ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 71.

- Plutôt que de se préoccuper de la charge qui pèserait sur les producteurs à l'extérieur de la zone de l'IG, consistant à procéder à des contrôles marché par marché, il fallait se soucier des coûts correspondants que devaient supporter actuellement les détenteurs de droits sur des IG, d'autant plus qu'il s'agissait pour la plupart de petites communautés de producteurs aux ressources limitées.¹⁴⁵

49. En réaction, on a mis en garde contre une trop grande confiance dans le jeu des exceptions prévues à l'article 24, pour les raisons suivantes:

- La nécessité d'apporter des ajustements à l'article 24:6, qui contenait l'exception fondamentale relative aux termes génériques, a été mentionnée.¹⁴⁶
- La suppression des critères de tromperie du consommateur et de concurrence déloyale réduirait la capacité des producteurs extérieurs à l'aire géographique donnée de faire appel aux tribunaux pour vérifier objectivement si les termes étaient susceptibles d'être protégés ou s'ils étaient en fait devenus génériques et, de ce fait, restreindrait leurs possibilités de se prévaloir de l'exception prévue à l'article 24:6.¹⁴⁷
- La possibilité de se prévaloir d'une des exceptions énoncées à l'article 24 serait déterminée au cas par cas par chaque Membre de l'OMC et, selon la décision de chacun, les producteurs pourraient être tenus de modifier leurs étiquettes d'un marché à l'autre ou bien de cesser complètement d'utiliser un terme géographique, y compris sur des marchés où l'usage de ce terme n'induirait pas les consommateurs en erreur. Dans les deux cas, les coûts seraient considérables.¹⁴⁸
- Il ne faudrait pas oublier la position prise dans les négociations par les Membres/partisans de l'extension sur la création d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des IG pour les vins et les spiritueux. Dans ce contexte, la capacité des Membres d'appliquer les exceptions de l'article 24 dans leur législation et leur juridiction nationales serait limitée par une procédure d'opposition qui devait être établie dans le cadre du système d'enregistrement des vins proposé par ces délégations.¹⁴⁹
- En négociant des accords bilatéraux, certains Membres avaient eu pour pratique de demander l'élimination du recours aux exceptions prévues par l'Accord sur les ADPIC, telles que l'exception qui permettait de continuer d'utiliser des termes comme "feta", devenus génériques dans de nombreux pays. On ne pouvait qu'attendre une accentuation de ce type de pression dans un cadre multilatéral.¹⁵⁰

¹⁴⁵ Hongrie, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁴⁶ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 165.

¹⁴⁷ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 165.

¹⁴⁸ États-Unis et Chili, IP/C/M/38, paragraphes 96 et 113, respectivement.

¹⁴⁹ Argentine et Chili, IP/C/M/38, paragraphes 97 et 113, respectivement.

¹⁵⁰ IP/C/W/386, paragraphe 12; États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

- La volonté affichée de préserver les exceptions prévues par l'article 24 dans le cadre des négociations sur l'extension n'avait guère de crédit eu égard aux propositions, formulées dans le cadre des négociations sur l'agriculture, qui ne tenaient aucun compte de ces mêmes exceptions dans le but d'obtenir l'exclusivité de l'utilisation de certains noms d'IG.¹⁵¹

50. En réponse, il a été dit que l'argument selon lequel le type de système d'enregistrement proposé par un Membre ferait disparaître le droit des Membres de l'OMC de déterminer si un terme serait susceptible de bénéficier d'une protection n'était pas du tout une interprétation correcte de la proposition de ce Membre. Cette proposition était de créer un registre comportant une présomption réfragable d'admissibilité à la protection. Le fardeau de la preuve devant les tribunaux locaux serait renversé, mais la décision finale sur la question de savoir si un terme tombait sous le coup de la définition continuerait d'être prise à l'échelon national.¹⁵²

51. **L'incidence de l'extension sur les marchés des pays tiers**, c'est-à-dire les marchés où les producteurs utilisant une IG n'ont pas leur siège mais où leurs produits sont effectivement ou potentiellement commercialisés, a été examinée. Selon un avis, cette incidence dépendra d'un certain nombre de variables, parmi lesquelles:

- l'étendue de l'acquisition de droits sur des IG sur le plan local et de la défense de ces droits par les détenteurs. L'expérience des pays appliquant déjà l'extension montrait qu'elle était faible;
- le fait que le terme était ou non protégé en tant qu'IG dans son pays d'origine. Certains termes au sujet desquels des préoccupations avaient été exprimées, tels que "mozzarella", n'étaient pas ainsi protégés;
- l'applicabilité des exceptions prévues par l'article 24 et la portée de ces exceptions telles qu'elles résulteraient des négociations. Par exemple, l'"extension" telle qu'elle s'appliquait déjà aux vins et spiritueux dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC n'avait pas fait cesser l'utilisation du terme "Port" par les producteurs des États-Unis;
- le volume et la valeur de la production des pays tiers utilisant des noms considérés comme des IG dans d'autres Membres de l'OMC et le montant exporté vers les pays tiers. Les indices faisaient état d'effets insignifiants. Selon les renseignements communiqués par les sociétés de pays tiers dans le secteur du fromage, par exemple, il semblerait que la production éventuellement affectée ne dépasserait pas 94 000 tonnes, dont 2 600 seulement étaient exportées hors du pays de production.¹⁵³

52. En réponse, il a été dit que les conséquences pour les droits des producteurs sur les marchés tiers étaient une préoccupation essentielle, pour les raisons suivantes:

¹⁵¹ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003; Argentine, Australie et Chili, consultations du DGA, 7 février 2005; JOB(05)/8, paragraphe 11.

¹⁵² Hongrie, IP/C/M/38, paragraphe 131.

¹⁵³ CE, JOB(03)/119, page 5.

- Les exceptions prévues par l'article 24 ne s'appliqueraient qu'aux marchés sur lesquels les producteurs utilisaient un terme depuis un certain temps. Si le terme n'avait pas encore été utilisé sur le marché d'exportation, l'entreprise renoncerait pour l'avenir à la possibilité d'utiliser ce terme sur ce marché.¹⁵⁴
- Conformément à l'article 24:6, la question de savoir si un terme était considéré comme générique était tranchée par chaque Membre sur son territoire. L'application des exceptions énoncées à l'article 24:6 variait selon les Membres. Ainsi, il était possible qu'un terme utilisé de façon générique (exception énoncée à l'article 24:6) sur le territoire d'un Membre soit protégé en tant qu'IG sur le territoire d'autres Membres. À titre d'exemple, si le Membre X avait conclu suffisamment d'accords bilatéraux pour que le terme XYZ bénéficie d'une protection absolue, les producteurs d'un Membre de l'OMC, où le terme XYZ était utilisé de façon générique, n'en seraient pas moins privés du droit d'exporter leurs produits à destination de tout Membre de l'OMC avec lequel le Membre X aurait conclu un tel accord bilatéral. À cause de ces accords bilatéraux, les producteurs du Membre de l'OMC où le terme était générique ne pourraient pas exporter le produit sur d'autres marchés en utilisant le terme générique.¹⁵⁵
- L'argument selon lequel l'incidence sur les marchés tiers serait minime, parce que ces droits étaient des droits "à la demande" qu'il incombait aux parties privées de faire respecter, était contredit par la position des CE dans le cadre des négociations sur l'agriculture et sur la création d'un registre. Dans le cadre des négociations sur l'agriculture, les CE tentaient d'établir un régime applicable dans le monde entier pour rendre tous les Membres de l'OMC responsables de la protection des IG des producteurs européens. Par conséquent, les Membres pouvaient s'attendre à ce que les CE récupèrent des termes couramment utilisés par d'autres Membres, tels que parmesan, feta, bourgogne, porto et bien d'autres. Au cours de la Session extraordinaire du Conseil des ADPIC, les CE avaient proposé un système d'enregistrement qui exigerait de tous les Membres qu'ils accordent une protection absolue aux noms figurant sur le registre, afin d'épargner à leurs producteurs la peine de demander une protection "à la demande" pays par pays. Les gouvernements seraient tenus de dépenser les ressources nécessaires pour contester chacun des noms des CE dans un délai de 18 mois, faute de quoi ils perdraient leur droit d'invoquer les exceptions prévues dans l'Accord sur les ADPIC.¹⁵⁶
- L'incidence de l'extension sur les marchés des pays tiers serait tout sauf négligeable et la manière dont avaient été établies les statistiques fournies au sujet de cette incidence pour le secteur des fromages n'était pas claire. Des calculs fondés sur les mêmes données aboutissaient à des conclusions nettement différentes.¹⁵⁷

53. Selon un avis, il ne fallait pas prendre en compte la seule incidence sur les producteurs situés à l'extérieur de la zone de l'IG, mais aussi l'incidence sur leurs transformateurs et distributeurs en aval.

¹⁵⁴ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁵⁵ IP/C/W/386, paragraphe 12; États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁵⁶ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁵⁷ Nouvelle-Zélande, consultations du DG, 30 juin 2003.

Il s'agissait, entre autres, des intermédiaires commerciaux participant à l'importation, au fractionnement, au réemballage, au transbordement et à la distribution, y compris dans les pays tiers. Ainsi, le nombre des entreprises et des branches touchées par l'extension serait plus grand que celui des producteurs primaires traditionnels. Si l'on prenait en considération ces producteurs en aval, le nombre des entreprises et des branches touchées par les coûts de l'extension augmentait de façon exponentielle.¹⁵⁸

V. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LA RELATION ENTRE MARQUES DE FABRIQUE OU DE COMMERCE ET INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

54. L'incidence de l'extension sur la relation entre les marques et les indications géographiques, en particulier les conséquences pour les droits antérieurs portant sur des marques, a été examinée. Dans leur projet de dispositions juridiques figurant dans l'annexe du document TN/C/W/14, les partisans de l'extension ont préconisé que l'article 23:2 de l'Accord sur les ADPIC s'applique à tous les produits.¹⁵⁹ Par conséquent, le mot "vins" au paragraphe 2 de l'article 23 devrait être remplacé la première fois par le mot "produits", et la deuxième fois par l'expression "de tels produits". En outre, le mot "spiritueux" devrait être supprimé et l'expression "vins ou spiritueux" devrait être remplacée par "produits".¹⁶⁰ Cela signifierait que, contrairement à ce qui est le cas aujourd'hui en vertu de l'article 22:3, il ne saurait y avoir ni enregistrement ni validité pour les marques de fabrique ou de commerce contenant des indications géographiques ou constituées de telles indications, même si ces marques n'induisaient pas le public en erreur.¹⁶¹ De l'avis de ces Membres, cela présenterait les avantages suivants:

- L'examen des marques de fabrique ou de commerce par les autorités administratives, les bureaux d'enregistrement ou les juges serait facilité. Ceux-ci s'appuieraient sur un critère simple et objectif (c'est-à-dire la question de savoir si le produit identifié par une marque qui contient une indication géographique ou qui est constituée d'une telle indication possède réellement l'origine géographique à laquelle renvoie l'indication géographique) pour décider d'accepter ou de refuser l'enregistrement d'une marque, si la législation le leur permet, ou d'invalider la marque pour les produits ne provenant pas de la région indiquée.
- Les producteurs du lieu, les associations représentatives de la région, ou même les associations de consommateurs, ainsi que les autres parties intéressées, bénéficieraient d'une protection à la fois plus efficace et moins chère de leurs indications géographiques contre les marques de fabrique ou de commerce. Les détenteurs et les demandeurs de marques de fabrique ou de commerce sauraient également de façon plus claire si une marque contenant une indication géographique pourrait ou non être utilisée. Cela permettrait également de clarifier le lien existant entre les marques et les indications géographiques.¹⁶²

¹⁵⁸ États-Unis et Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹⁵⁹ TN/C/W/14 et Add.1 et 2 et Corr.1, annexe; Inde et Roumanie, IP/C/M/36/Add.1, respectivement, paragraphes 65 et 111.

¹⁶⁰ Bulgarie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 118 et note de bas de page 3; JOB(05)/61, annexe; TN/C/W/14, annexe.

¹⁶¹ IP/C/W/353, paragraphe 18.

¹⁶² IP/C/W/353, paragraphe 20; Inde, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 65.

- Les marques de fabrique ou de commerce antérieures continueraient de bénéficier de l'exception actuellement prévue à l'article 24:5 de l'Accord sur les ADPIC. Les partenaires de l'extension étaient disposés à étudier si nécessaire comment ajuster cette exception (par exemple les dates pertinentes) en fonction de l'entrée en vigueur de la protection "étendue". De cette manière, le résultat équilibré qui a été obtenu pour les vins et les spiritueux à la fin du Cycle d'Uruguay pourrait être reproduit au cours du Cycle de Doha.¹⁶³
- Dans les CE, aucune IG n'avait jamais été utilisée pour fonder le retrait d'une marque de fabrique ou de commerce. Il en allait probablement de même dans les autres Membres.¹⁶⁴ Existait-il des cas où la protection d'une IG avait entraîné la radiation d'une marque de fabrique ou de commerce?¹⁶⁵

55. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- Les indications géographiques et les marques de fabrique ou de commerce poursuivaient des objectifs similaires, par exemple fournir aux consommateurs des renseignements exacts sur la provenance et éviter qu'ils ne soient trompés, et elles devraient bénéficier d'une protection analogue à maints égards. L'un des principes fondamentaux du droit international des marques, y compris dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC, était que les propriétaires d'une marque enregistrée devaient pouvoir empêcher les tiers d'utiliser sans autorisation des signes identiques ou similaires pour des produits identiques ou similaires si cette utilisation pouvait prêter à confusion. Ces signes identiques ou similaires pouvaient certainement comprendre des mots ou des marques susceptibles de correspondre à la définition des indications géographiques que donnait l'article 22. Ainsi, une indication géographique établie après une marque ne devrait pas porter préjudice aux droits que le propriétaire de la marque tenait de l'article 16. Tout débat sur les indications géographiques devait reconnaître ce principe fondamental, qui relevait tout bonnement de l'équité.¹⁶⁶
- Les demandeurs semblaient souhaiter que les indications géographiques priment sur les marques établies pour tous les produits, et pas seulement pour les vins et les spiritueux. Il n'y avait aucune raison qu'une forme de propriété intellectuelle prime sur une autre, surtout lorsqu'une marque avait été établie en premier. Les demandeurs avaient invoqué le motif de la certitude juridique, mais cet argument ne s'appliquait qu'au propriétaire de l'indication géographique et les propositions pouvaient engendrer une incertitude juridique et commerciale considérable pour le titulaire de la marque. S'agissant d'incertitude, il convenait également de tenir compte du consommateur.¹⁶⁷

¹⁶³ CE, JOB(03)/119, page 4.

¹⁶⁴ CE, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁶⁵ CE, JOB(03)/137.

¹⁶⁶ États-Unis, IP/C/M/35, paragraphe 155.

¹⁶⁷ États-Unis, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 155; Argentine, consultations du DG, 30 juin 2003.

- L'extension des IG entraînerait de fâcheux conflits avec les marques de fabrique ou de commerce, obligeant les propriétaires à cesser d'utiliser leur marque ou les mettant dans l'incapacité d'empêcher d'autres producteurs d'utiliser des termes similaires qui induisaient en erreur ou trompaient le consommateur. Dans les CE, les indications géographiques avaient la primauté, et elles étaient autorisées à coexister avec des marques de fabrique ou de commerce préexistantes, malgré les possibilités de confusion. Cela était vrai même si la marque avait été enregistrée ou utilisée pendant des années, voire des décennies, avant l'indication géographique. La promesse selon laquelle, dans le cadre de la proposition d'extension, les marques de fabrique ou de commerce continueraient de bénéficier de l'exception prévue par l'article 24:5 pour les marques préexistantes n'était pas suffisamment rassurante si l'idée était que l'article 24:5 forçait les propriétaires de marques à coexister avec des IG similaires au point de prêter à confusion – au préjudice de leurs droits de marques exclusifs.¹⁶⁸
- De même que l'on ne devrait pas établir de discrimination entre les produits, de même on ne devrait pas établir de discrimination entre les différentes catégories de droits de propriété intellectuelle. Par conséquent, il n'y avait aucune raison de supprimer les critères de la protection générale définis à l'article 22 pour les indications géographiques, à savoir l'obligation de prouver que le public avait été induit en erreur ou qu'il y avait eu acte de concurrence déloyale, et de ne pas le faire pour les marques, par exemple.¹⁶⁹

56. En réponse, on a fait valoir qu'il n'était pas juste de dire que les articles 16 et 22 contenaient des dispositions parallèles. L'article 16 devrait être comparé avec l'article 23:1 dans une certaine mesure. Dans le cadre de l'article 16, si les produits ou services étaient identiques, la confusion du consommateur était présumée et elle n'avait pas à être prouvée.¹⁷⁰

57. Selon un avis, le fait que les CE ont exclu les eaux minérales du champ d'application de leur régime des IG pour les produits alimentaires démontrait la possibilité de conflits entre IG et marques et, en l'espèce, le souhait des producteurs d'eaux minérales des CE de donner la priorité à leurs marques.¹⁷¹ En réponse, il a été dit que les eaux minérales avaient été exclues parce qu'elles pouvaient être protégées dans le cadre d'un régime différent.¹⁷²

VI. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LE TRAITEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES HOMONYMES

58. Dans leur projet de dispositions juridiques figurant dans l'annexe du document TN/C/W/14, les auteurs de la proposition d'extension ont proposé de supprimer la mention des vins dans l'article 23:3 de l'Accord sur les ADPIC de manière à ce que la disposition s'applique aux cas d'homonymie d'indications géographiques pour tous les produits.¹⁷³ L'article 22:4 de l'Accord sur les

¹⁶⁸ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

¹⁶⁹ Chili, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 144.

¹⁷⁰ CE, IP/C/M/35, paragraphe 182.

¹⁷¹ IP/C/W/386, paragraphe 22; États-Unis, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 77.

¹⁷² CE, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

¹⁷³ Bulgarie, IP/C/M/36/Add.1, paragraphe 118 et note de bas de page 3; JOB(05)/61, annexe; TN/C/W/14, annexe; IP/C/W/353, paragraphe 25.

ADPIC continuerait de s'appliquer aux cas dans lesquels deux indications géographiques de deux Membres de l'OMC étaient similaires, mais non identiques, et que l'une d'elles donnait à penser à tort au public que le produit qu'elle désignait provenait du territoire de l'autre Membre. Ce même article s'appliquerait également lorsque le nom d'un territoire, d'une région ou d'une localité d'un pays, qui était protégé par une indication géographique, entraînait en conflit avec un nom identique ou similaire évoquant une origine géographique dans un autre pays, mais ne correspondait pas à un lieu existant dans son territoire.¹⁷⁴

59. De l'avis des auteurs de la proposition, cette mesure comporterait les avantages suivants:

- elle signifierait que la solution favorable au commerce inscrite à l'article 23:3 par laquelle les marchés sont maintenus ouverts dans le cas d'homonymie d'indications géographiques par des solutions adéquates leur permettant de coexister, s'appliquerait à tous les produits¹⁷⁵;
- elle répondrait aux conséquences des mouvements de colonisation historiques ou des flux d'immigration à la suite desquels des villes, régions ou localités avaient reçu des noms identiques à ceux qui étaient utilisés dans les pays d'origine des immigrants, ce qui tendait à prouver une fois de plus que l'extension n'empêchait pas de répondre de manière appropriée aux préoccupations réelles liées à la préservation de la diversité culturelle. Cependant, laisser aux fabricants nationaux la possibilité de vendre leurs produits sous des noms qui exploiteraient de manière parasitaire la réputation des indications géographiques d'autrui ne paraissait pas s'inscrire dans le cadre de ces préoccupations légitimes.¹⁷⁶

60. En réponse, il a été dit que l'allégation selon laquelle l'article 23:3 était "favorable au commerce" était très contestable. Avec le niveau de protection conféré par l'article 22, les producteurs qui souhaitaient utiliser une IG pour des produits provenant d'un lieu et les producteurs qui souhaitaient utiliser la même IG pour des produits provenant d'un autre lieu pouvaient le faire les uns et les autres lorsque ces lieux avaient le même nom ou des noms similaires, y compris en traduction, à condition que les consommateurs ne soient pas trompés quant à l'origine réelle des marchandises produites dans l'un ou l'autre lieu. Cela semblait constituer une méthode pratique et non contraignante de garantir que les consommateurs reçoivent les renseignements dont ils avaient besoin et que les producteurs conservent le droit d'utiliser des noms loyalement et de bonne foi. Par ailleurs, selon l'article 23, il était nécessaire que des conditions additionnelles soient imposées aux producteurs qui souhaitaient utiliser des termes homonymes. Il en résultait un certain nombre de questions concernant la mise en œuvre de l'article 23:3 de l'Accord sur les ADPIC et le point de savoir si cela pouvait constituer un nouvel exemple de la manière dont l'extension, lorsqu'elle serait mise en œuvre, pourrait avoir un effet restrictif pour le commerce. Par exemple, quelles étaient les conditions pratiques à respecter pour les pays tiers? Qui déterminait ces conditions? La disposition imposait-elle que les exportations soient suspendues jusqu'à ce que ces "conditions pratiques" soient convenues? Quelle pourrait être la durée de cette suspension?¹⁷⁷ En outre, il était essentiel d'examiner ce que seraient les conséquences de la proposition de récupération sur les dispositions des articles 22:4

¹⁷⁴ IP/C/W/353, paragraphe 28.

¹⁷⁵ IP/C/W/353, paragraphes 23 et 24.

¹⁷⁶ Hongrie, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 151.

¹⁷⁷ Australie, consultations du Conseil des ADPIC, 10 novembre 2002.

et 23:3 de l'Accord sur les ADPIC concernant les IG homonymes. La proposition de récupération introduisait de nouvelles conditions pour la coexistence d'IG homonymes. Par exemple, selon la proposition contenue dans les documents JOB(03)/12 et Add.1, deux IG pouvaient coexister si elles étaient "traditionnellement et régulièrement utilisées" ou si "leur utilisation à cette fin était réglementée par le pays d'origine".¹⁷⁸

VII. L'INCIDENCE DE L'EXTENSION SUR LES CONSOMMATEURS

61. En ce qui concerne l'incidence de l'extension sur les consommateurs, il a été dit que l'un des principes de base sous-tendant toute économie de marché était de permettre aux consommateurs de choisir en toute connaissance de cause ce qu'ils consommaient. Ils avaient également le droit de jouir des caractéristiques particulières du produit qu'ils souhaitaient consommer. La réputation d'un produit ne devrait pas pouvoir être exploitée abusivement simplement parce que ce produit n'était ni un vin ni un spiritueux. Tout impact potentiel de l'extension sur les consommateurs serait positif, puisque l'extension leur permettrait de mieux choisir, en disposant de renseignements plus précis sur le produit qu'ils souhaitaient acheter. Les consommateurs étaient libres d'acheter un produit ayant une origine géographique spécifique indiquant des caractéristiques et des qualités déterminées ou d'acheter un produit similaire, peut-être moins cher, sans ces caractéristiques. L'extension, toutefois, garantirait que les consommateurs pourraient faire un choix éclairé s'ils choisissaient un produit utilisant une IG.¹⁷⁹

62. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- À l'heure actuelle, les consommateurs savaient à quoi s'en tenir lorsqu'ils achetaient des produits parce que les dispositions de l'article 22 interdisaient déjà l'utilisation des termes qui les induiraient en erreur. L'article 22 permettait aux parties intéressées de protéger les indications géographiques pour tous les produits dans les cas où leur utilisation pourrait induire les consommateurs en erreur.¹⁸⁰ Il serait utile de préciser pourquoi l'article 22 n'était pas jugé suffisant et aussi comment l'article 23 pouvait conférer une garantie de qualité que l'article 22 ne conférait pas.¹⁸¹
- Si les dispositions de l'article 23 étaient appliquées à tous les produits, les coûts résultant de l'obligation de renommer, de réétiqueter et de remballer les produits seraient répercutés sur les consommateurs. Par ailleurs, les consommateurs ne pourraient plus reconnaître les produits qu'ils avaient l'habitude d'acheter.¹⁸²
- En cas d'extension, un produit particulier serait fabriqué par un plus petit nombre de producteurs. Selon les principes mêmes de l'économie, la baisse de l'offre du produit se traduirait vraisemblablement par une augmentation des prix et les consommateurs se trouveraient dans une situation plus défavorable. La concentration du pouvoir de marché et la possibilité des pratiques anticoncurrentielles qui en résulteraient pour les

¹⁷⁸ Chili, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹⁷⁹ Turquie, IP/C/M/35, paragraphe 166; Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 110; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 16; JOB(03)/119, page 8.

¹⁸⁰ IP/C/W/386, paragraphe 26; Australie, IP/C/M/38, paragraphe 81.

¹⁸¹ Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹⁸² IP/C/W/386, paragraphe 26; Australie, IP/C/M/38, paragraphe 81.

DPI auraient un effet dommageable sur les consommateurs parce qu'elles feraient monter les prix.¹⁸³ De plus, rien ne garantissait que la qualité de ce qui était offert aux consommateurs serait meilleure. En fait, s'il y avait moins de concurrence, les produits pourraient même être de moins bonne qualité, puisqu'il y aurait peu de raisons de les améliorer.¹⁸⁴

- Les consommateurs auraient également moins de choix. Auparavant, ils pouvaient choisir parmi diverses marques de produits similaires et étaient ainsi plus susceptibles de trouver un produit qui répondait à leurs besoins sur le plan de la qualité, du prix et du procédé. On pouvait également penser que les consommateurs n'auraient pas moins de choix, mais qu'ils auraient plus de peine à trouver la combinaison prix/qualité qu'ils préféreraient du fait qu'un élément descriptif essentiel du produit aurait disparu. D'une façon ou d'une autre, il en résulterait un coût pour les consommateurs.¹⁸⁵
- L'extension pourrait aussi restreindre le choix en décourageant les produits novateurs en faveur des produits répondant aux spécifications définies dans le pays d'origine de l'IG.¹⁸⁶
- L'approche aux questions de protection du consommateur inhérente à l'extension ne concordait pas du tout avec les politiques de nombre de pays, par exemple ceux qui avaient des normes et réglementations alimentaires conçues de façon à optimiser les choix des consommateurs et à protéger leur droit de choisir ainsi que la variété. Les organismes de surveillance devraient et voudraient consacrer leur temps, leur énergie et leurs ressources à veiller à la sécurité des produits. Cet objectif n'avait rien à voir avec les indications géographiques.¹⁸⁷
- La protection des marques de fabrique ou de commerce n'était en rien inférieure à la protection des IG. En fait, on pouvait se demander si, en pratique, la protection des IG en Europe protégeait pleinement le consommateur contre le risque d'être mal informé et induit en erreur quant à l'origine véritable du produit.¹⁸⁸

63. En réaction aux réponses qui précèdent, les vues ci-après ont été exprimées:

- Concernant la question de savoir si l'extension de la protection prévue à l'article 23 engendrerait une confusion auprès des consommateurs, il n'était pas possible de comprendre comment les consommateurs pourraient être induits en erreur s'il avait été convenu que seul un produit qui était effectivement originaire d'un territoire géographique donné pourrait porter un terme servant à identifier le produit comme

¹⁸³ Argentine, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹⁸⁴ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/38, paragraphe 90.

¹⁸⁵ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/38, paragraphe 90.

¹⁸⁶ Canada et Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹⁸⁷ Nouvelle-Zélande, IP/C/M/38, paragraphe 93.

¹⁸⁸ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

étant originaire d'un territoire où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit pouvait être attribuée essentiellement à cette origine géographique.¹⁸⁹

- Certes, l'extension pourrait faire augmenter les prix des produits portant des IG et ce seraient les consommateurs qui, en définitive, en feraient les frais. Toutefois, les consommateurs ne seraient pas nécessairement obligés de payer ces prix comme ils l'étaient dans le cas des brevets ou des droits d'auteur. Il leur serait toujours loisible de choisir de payer les prix plus bas des produits "génériques". Les prix pourraient même baisser, si bien que les consommateurs bénéficieraient d'un plus grand choix et peut-être même de prix plus bas.¹⁹⁰
- L'extension des IG élargirait le choix offert au consommateur en incitant les producteurs, et notamment les PME, grâce à une protection internationale plus sûre, à investir dans la production d'un plus grand nombre de produits qui devront leur qualité particulière, leur réputation ou d'autres caractéristiques à leur origine géographique.¹⁹¹
- L'argument selon lequel les consommateurs seraient incapables de reconnaître les produits après l'extension était sans fondement, comme le démontrait l'exemple de l'IG "Cava" de la Catalogne espagnole. En 1986, après l'entrée de l'Espagne dans les Communautés européennes, les producteurs de cette région avaient accepté de cesser d'utiliser le terme "Champagne" et avaient commencé à utiliser la nouvelle dénomination "Cava". En 1987, les exportations de "Cava" avaient augmenté de 31 pour cent et, en 1988, de 16 pour cent. Dans les dix années qui ont suivi, les exportations de "Cava" avaient augmenté de 1 000 pour cent. Cela n'indiquait aucune difficulté des consommateurs à identifier le produit.¹⁹²
- Si l'on soutenait qu'aux fins de la protection du consommateur il serait souhaitable pour les Membres de conserver la possibilité d'utiliser les IG des autres lorsque l'origine réelle du produit serait également indiquée, pourquoi n'avait-on pas tenu le même raisonnement en ce qui concerne les autres domaines des DPI? Par exemple, dans le domaine des marques, on n'avait pas proposé qu'une marque en usage puisse être copiée et utilisée pour le produit d'un autre fabricant, de manière à ce que ce produit demeure abordable pour les consommateurs.¹⁹³

¹⁸⁹ Hongrie, IP/C/M/38, paragraphe 117.

¹⁹⁰ Bulgarie, IP/C/M/38, paragraphe 124 et consultations du DGA, 25 avril 2005.

¹⁹¹ TN/C/W/21/Rev.1.

¹⁹² CE, IP/C/M/38, paragraphe 143.

¹⁹³ Hongrie, IP/C/M/38, paragraphe 117.

VIII. LES COÛTS ET CHARGES ADMINISTRATIFS INHÉRENTS AUX PROCÉDURES LIÉES À UNE EXTENSION ÉVENTUELLE DE LA PROTECTION ET AUTRES EFFETS POUVANT RÉSULTER POUR LES POUVOIRS PUBLICS

64. Il a été dit qu'il serait utile de disposer d'une ventilation des coûts administratifs et autres liés à l'expérience pratique de certains partisans de l'extension concernant les questions internes relatives aux IG¹⁹⁴, par exemple pour "Feta" dans les CE ou "Champagne" et "Emmental" en Suisse¹⁹⁵, ou bien de renseignements sur les raisons de l'extension de la protection additionnelle et le niveau des coûts additionnels y afférents prévus pour les Membres de l'OMC qui assuraient déjà cette protection étendue au niveau national ou qui disposaient d'un registre national pour les vins et les spiritueux.¹⁹⁶

65. Concernant **la mesure dans laquelle l'extension rendrait nécessaire une législation et des institutions nouvelles ou modifiées**, l'avis suivant a été exprimé:

- Tous les Membres étant déjà tenus d'assurer la protection des IG en vertu des articles 22 et 23, l'extension n'entraînerait que des modifications administratives minimales. Il pourrait suffire de modifier les dispositions législatives de manière à ce que la protection des IG pour les vins et les spiritueux soit étendue aux IG pour tous les autres produits.¹⁹⁷
- La comparaison des prescriptions de l'article 22 et de l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC montrait que, du point de vue juridique, les différences étaient minimales et ne concernaient que les critères de l'octroi de la protection – le public induit en erreur ou l'existence d'une concurrence déloyale – présents dans l'article 22 mais pas dans l'article 23. La mise en œuvre de la protection envisagée à l'article 23 pour toutes les IG n'exigerait donc pas nécessairement la création d'un système de protection complètement nouveau.¹⁹⁸
- De nombreux pays, dont le Brésil, le Costa Rica, Cuba, le Venezuela, la Colombie, le Pérou, le Paraguay, l'Inde, l'Uruguay et les pays africains signataires de l'Accord de Bangui prévoyaient déjà l'extension dans leur législation nationale.¹⁹⁹

66. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- La mise en œuvre de l'extension de l'article 23 serait plus compliquée que celle de l'article 22; les pays seraient tenus d'instituer un système qui protégerait une large gamme de produits et ils devraient peut-être modifier des notions fondamentales de leur droit. Les Membres qui n'avaient pas encore mis en œuvre les articles 22 et 23 ou qui l'avaient fait en en reprenant le libellé tel quel dans leur législation devraient

¹⁹⁴ Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

¹⁹⁵ Australie, consultations du DGA, 10 mars 2005.

¹⁹⁶ CE, JOB(03)/137.

¹⁹⁷ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 203; TN/C/W/14, page 2; CE, JOB(03)/119, page 5; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphes 10 et 11.

¹⁹⁸ Suisse, IP/C/M/38, paragraphe 203.

¹⁹⁹ CE, consultations du DG, 30 juin 2003.

les mettre en œuvre concrètement en créant des mécanismes chargés de définir et d'appliquer ces dispositions.²⁰⁰

- Certains Membres ne pourraient pas étendre la protection prévue à l'article 23 aux IG de produits autres que les vins et les spiritueux en se contentant d'étendre ce qu'ils faisaient actuellement pour les IG des vins et spiritueux. Si la protection prévue à l'article 23 était étendue à d'autres IG que celles qui étaient réglementées actuellement, il faudrait donner de nouveaux pouvoirs juridiques à des organismes qui n'avaient pas actuellement de tels pouvoirs ou créer de nouveaux organismes, ce qui augmenterait encore les coûts.²⁰¹
- Si l'application de l'article 23 était étendue aux indications géographiques pour tous les produits, l'analyse fondée sur la confusion, normalement effectuée en matière de marques, ne suffirait pas puisque l'article 23 exigeait l'application d'une norme "absolue" – si les produits ne provenaient pas du lieu nommé, l'IG n'était pas valable, que son utilisation induise ou non le public en erreur. L'introduction dans le régime des marques d'un critère différent – qui ne reposerait pas sur la confusion du consommateur – nécessiterait, du moins chez certains Membres, un changement de philosophie fondamentale. Cela nécessiterait une révision importante de l'ensemble du régime des marques et de la concurrence déloyale: c'était un coût dont il fallait tenir compte.²⁰² Modifier les lois sur les marques et la concurrence déloyale pour étendre à toutes les IG la protection prévue à l'article 23 reviendrait à bouleverser complètement ces lois.²⁰³ Exiger des Membres qu'ils reformulent des concepts fondamentaux et refondent les structures existantes pourrait être incompatible avec l'article premier de l'Accord sur les ADPIC.²⁰⁴
- Outre les lois de propriété intellectuelle, il serait peut-être nécessaire aussi de modifier les lois sur les normes relatives aux produits agricoles. Si les termes utilisés dans ces lois ne pouvaient plus être utilisés, comment les pouvoirs publics pourraient-ils réglementer les produits concernés alors que certains producteurs seraient obligés d'utiliser des noms nouveaux et inconnus jusque-là?²⁰⁵

Quant à l'observation selon laquelle la législation nationale de nombreux pays prévoyait déjà l'extension, on devait dans le débat devrait s'en tenir aux questions de fond et ne pas parler de la législation d'autres pays. L'article premier de l'Accord sur les ADPIC disposait que les Membres pouvaient mettre en œuvre dans leur législation une protection plus large que ne le prescrivait l'Accord. Cela ne signifiait pas que les Membres étaient tenus de se mettre d'accord au niveau international sur

²⁰⁰ IP/C/W/386, paragraphe 14.

²⁰¹ États-Unis, IP/C/M/38, paragraphe 174.

²⁰² IP/C/W/386, paragraphes 16 et 20.

²⁰³ États-Unis, IP/C/M/38, paragraphe 175.

²⁰⁴ États-Unis, consultations du DGA, 10 mars 2005.

²⁰⁵ Canada, consultations du DGA, 7 février 2005.

une protection plus large que celle que prévoyait l'Accord, ni qu'ils étaient convenus d'étendre les obligations qui leur incombaient déjà.²⁰⁶

- L'article 7*bis* de la Convention de Paris prescrivait que les membres de l'Union de Paris assurent la protection des marques collectives. Cette obligation était incorporée dans l'Accord sur les ADPIC à l'article 2:1. En protégeant les IG par leur enregistrement en tant que marques collectives, on ferait donc usage d'un système qui devait déjà être en place en vertu de l'Accord sur les ADPIC.²⁰⁷

67. Au sujet des coûts et contraintes qui pourraient résulter pour les pouvoirs publics, dans le cadre de l'extension, des procédures d'acquisition de la protection, on a exprimé entre autres l'avis suivant:

- Parmi les moyens de mettre en œuvre la protection des IG nationales et étrangères, il existait des systèmes, comme celui qui était appliqué en Suisse, dans lesquels les IG étaient protégées sans enregistrement. Ce type de protection présentait plusieurs avantages. Premièrement, il assurait une protection générale pour toutes les IG, nationales et étrangères, à un moindre coût. Deuxièmement, il n'imposait aucune charge aux administrations nationales, si ce n'est d'élaborer une législation sur la question, d'étendre la protection des IG à l'échelle nationale, et de donner aux parties intéressées les moyens de faire cesser l'usage abusif des IG. Troisièmement, les coûts liés à la protection des IG seraient pris en charge par les producteurs légitimes et les associations de consommateurs et non pas par l'administration nationale. L'extension n'entraînerait donc pas nécessairement des coûts et des charges administratives disproportionnés.²⁰⁸
- Les renseignements communiqués aux réunions du Conseil des ADPIC montraient que, dans divers pays en développement ayant des systèmes formels de protection des IG, très peu de propriétaires d'IG étrangères avaient demandé à bénéficier de cette protection.²⁰⁹
- Dans les pays où la protection était fondée sur l'enregistrement, des recettes seraient perçues par l'administration parce que les propriétaires d'IG devraient acquitter des taxes pour l'enregistrement des IG. Il était vrai que ces recettes n'étaient pas aussi importantes que celles qui provenaient de l'enregistrement des marques, dont le renouvellement donnait lieu au paiement de taxes. Mais la charge résultant pour l'administration du système de protection des IG n'était pas plus lourde que celle des systèmes applicables aux marques. Elle était en fait beaucoup plus légère et n'augmentait pas en fonction du nombre d'IG protégées. Ce qui augmentait, c'était le produit des taxes. Plus le nombre des demandes d'enregistrement d'IG était grand et plus grandes étaient les recettes pour les gouvernements. L'argument de

²⁰⁶ Brésil, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 179; Paraguay, IP/C/M/37/Add.1, paragraphe 182.

²⁰⁷ États-Unis, IP/C/M/38, paragraphe 176.

²⁰⁸ Suisse, IP/C/M/38, paragraphes 204 et 205; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphes 10 et 11.

²⁰⁹ CE, IP/C/M/38, paragraphe 179.

l'augmentation des coûts administratifs avancé par ceux qui assuraient la protection des IG par le système des marques n'était donc pas valable.²¹⁰

- L'extension faciliterait la tâche des examinateurs des marques saisis d'une demande d'enregistrement d'une marque contenant une IG pour un produit autre que les vins et spiritueux, et devant déterminer si cette marque induirait ou non le consommateur en erreur. Cette détermination reposait souvent sur les renseignements dont disposait l'examineur sur ce que le consommateur moyen pensait ou ne pensait pas. Cependant, cette détermination pouvait être contestée devant les tribunaux nationaux à partir d'éléments de preuve tels que les enquêtes menées auprès de consommateurs, éléments qui souvent n'étaient pas disponibles au moment où les examinateurs devaient prendre leurs décisions. Avec l'extension, les examinateurs devraient simplement établir si la marque demandée contenait une IG protégée ou était constituée par une telle IG et ils n'autoriseraient l'enregistrement que si le propriétaire de la marque avait le droit d'utiliser l'indication géographique pour ses produits. Dorénavant, il ne serait plus nécessaire d'établir une détermination coûteuse et difficile sur la question de savoir si le consommateur serait induit en erreur par l'enregistrement d'une marque contenant une IG. Les producteurs n'auraient aucun doute quant à leur droit d'utiliser ou non un terme. En conséquence, ils n'utiliseraient pas les IG qui appartenaient à d'autres ou qui étaient utilisées par d'autres dans d'autres pays. Il en résulterait une protection juridique plus claire et plus certaine, ce qui réduirait les poursuites judiciaires et les frais qu'elles entraînent.²¹¹

68. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- Dès que les négociations sur le système multilatéral prévues à l'article 23:4 seraient terminées, il était probable que certains Membres assureraient la mise en œuvre par des procédures de règlement des différends en se fondant sur les articles 22 et 23, et le système multilatéral prévu à l'article 23:4. Parce que, aux yeux de certaines délégations, l'article 23 prescrivait essentiellement un régime d'étiquetage qui permettait de vérifier que toutes les étiquettes étaient conformes aux conditions énoncées à l'article 23, la mise en œuvre d'un tel système était très complexe. Si l'application de l'article 23 était étendue à tous les produits, le nombre d'étiquettes qu'il faudrait examiner et vérifier augmenterait exponentiellement.²¹²
- Le remplacement des systèmes nationaux sans enregistrement par un système fondé sur un registre multilatéral ferait passer des détenteurs des droits aux pouvoirs publics la charge d'administrer et de faire respecter les droits sur les indications géographiques, contrairement au principe selon lequel il appartenait aux détenteurs des droits d'assumer les coûts de la protection de leurs droits et des mesures visant à en assurer le respect.²¹³

²¹⁰ République tchèque, IP/C/M/38, paragraphe 191.

²¹¹ CE, IP/C/M/38, paragraphe 188; IP/C/W/353, paragraphe 20; CE, consultations du DGA, 10 mars 2005.

²¹² IP/C/W/386, paragraphe 15.

²¹³ Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

- Le volume de travail des offices des marques serait accru en raison du fait que l'article 23 s'applique "même dans les cas où l'indication géographique est employée en traduction". Il en résulterait une charge additionnelle considérable. En cas d'extension, les Membres devraient songer à la manière de traduire dans leur propre langue des indications géographiques de langues diverses. Il faudrait élaborer une base de données de traduction à l'usage des examinateurs des marques. En ce qui concerne les IG provenant de pays dont les langues ne seraient pas bien connues dans les pays Membres, les données concernant la prononciation de l'indication géographique traduite pourraient ne pas suffire aux fins de l'examen des marques. L'examineur aurait à établir des données traduites concernant le nom de la région de production et du produit lui-même.²¹⁴
- L'annulation de marques de fabrique ou de commerce antérieures amènerait probablement les détenteurs de droits sur ces marques à défendre leurs droits devant les tribunaux nationaux, ce qui soulève la question des frais de procédure qui en résulteraient.²¹⁵
- Si un Membre utilisait pour protéger les IG le régime des marques qu'il était déjà tenu d'instaurer en vertu de l'Accord sur les ADPIC, il lui suffirait d'utiliser les ressources qu'il avait déjà affectées au système des marques pour les demandes, les enregistrements, les oppositions, les radiations, les jugements et le respect des droits.²¹⁶
- Contrairement à ce qu'affirmaient certains des demandeurs, obtenir et contrôler des droits dans le cadre d'un système de marques n'était pas onéreux, comme le prouvait le grand nombre de marques de fabrique ou de commerce enregistrées aussi bien par des petits que par des grands producteurs.²¹⁷
- Selon le système multilatéral d'enregistrement proposé par les demandeurs de l'extension, si un Membre prétendait qu'un terme était générique, il pourrait être tenu de se soumettre à un système d'arbitrage. Cette procédure serait très coûteuse, comme le montraient les coûts de contestation des IG dans le système des CE, par exemple, qui étaient énormes. Les Membres devraient donc comparer soigneusement les coûts du renouvellement de l'enregistrement de marques de certification aux coûts des différends dans lesquels ils seraient impliqués s'ils contestaient le droit d'un pays d'utiliser un terme générique.²¹⁸

69. S'agissant de **l'incidence de l'extension sur les coûts et les charges résultant pour les pouvoirs publics des mesures destinées à faire respecter les droits**, l'avis suivant a été exprimé:

²¹⁴ Japon, IP/C/M/38, paragraphe 183.

²¹⁵ Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

²¹⁶ États-Unis, IP/C/M/38, paragraphe 176; Singapour, consultations du DGA, 10 mars 2005.

²¹⁷ États-Unis, consultations du DG, 30 juin 2003.

²¹⁸ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 149.

- Parce que, dans certains régimes appliqués en matière de reconnaissance des IG, la reconnaissance, la surveillance et l'application des normes établies pour l'utilisation des IG incombait aux pouvoirs publics, on pouvait craindre que les pouvoirs publics des Membres qui n'avaient pas de régime de ce type soient aussi tenus d'assumer ces responsabilités. Il faudrait des ressources considérables pour mettre en place ce régime, puis pour le maintenir.²¹⁹
- Si l'idée que l'extension réduirait le coût, pour les détenteurs de droits sur des IG, de la défense de leurs droits reposait sur l'existence d'un système d'enregistrement du type de celui proposé par les demandeurs au cours de la Session extraordinaire du Conseil des ADPIC, et sur le fait que les Membres assureraient le contrôle et la défense des IG au nom des détenteurs de droits, l'effet de la proposition serait de transférer aux pouvoirs publics, aux frais du contribuable, les coûts jusque-là pris en charge par les détenteurs de droits.²²⁰
- Les obligations de veiller au respect des DPI pourraient figurer parmi les aspects les plus coûteux et les plus difficiles de la mise en œuvre de la protection de la propriété intellectuelle. Selon l'Accord sur les ADPIC, les gouvernements devaient accorder les moyens juridiques nécessaires aux titulaires des droits et contribuer au respect du régime. À titre d'exemple, l'article 23:2 prescrivait que les gouvernements devaient refuser ou invalider l'enregistrement d'une marque qui contenait des IG identifiant des vins ou des spiritueux, ou qui était constituée par de telles IG, pour des vins et spiritueux qui n'avaient pas cette origine. L'article 23:3 prescrivait que les gouvernements devaient fixer les conditions pratiques auxquelles les IG homonymes pouvaient être utilisées. Certaines dispositions relatives aux moyens de faire respecter les droits figurant à la Partie III de l'Accord s'appliquaient également aux IG. Par exemple, la section 2 de la Partie III prescrivait l'application de certaines procédures civiles et administratives aux droits visés par l'Accord sur les ADPIC, y compris les IG. Il était impossible d'isoler ce débat sur l'extension des négociations sur un système multilatéral d'enregistrement des IG pour les vins et les spiritueux. Selon les propositions de certains Membres, les Membres de l'OMC seraient tenus de veiller au respect des droits de manière encore plus active, en assumant les tâches suivantes: notification des IG nationales, examen des IG d'autres pays, participation à des négociations bilatérales et, éventuellement, participation à des procédures de règlement des différends pour défendre la notification d'une IG ou y faire opposition.²²¹

70. En réponse, les observations ci-après ont été formulées:

- Certes, le régime de certains Membres en matière de reconnaissance des IG imposait aux pouvoirs publics de veiller au respect des droits, mais ce n'était pas ce que prévoyait l'Accord sur les ADPIC pour la protection des IG. L'extension ou, du reste, la protection des IG, ne nécessitait pas que les pouvoirs publics soient chargés de veiller au respect des droits. L'Accord sur les ADPIC ne disposait pas que les gouvernements devaient exercer une surveillance sur les IG des pays tiers. C'était un

²¹⁹ IP/C/W/386, paragraphe 17.

²²⁰ États-Unis, consultations du DGA, 10 mars 2005.

²²¹ Australie, IP/C/M/38, paragraphe 178; Argentine, IP/C/M/38, paragraphe 208.

accord établissant des normes minimales et, en matière de protection des IG, il ne faisait aucun doute qu'il appartenait aux titulaires de faire respecter leurs droits. Certains Membres avaient fait le choix de protéger les IG par le biais d'un régime public. D'autres Membres pouvaient certainement choisir une autre méthode.²²²

- Les coûts des services administratifs chargés d'assurer le respect des IG protégées avaient tous été déjà imposés aux systèmes juridiques nationaux par les dispositions de l'Accord sur les ADPIC relatives aux moyens de faire respecter les droits. Avec l'extension, il ne serait plus nécessaire de dépenser de l'argent pour faire la preuve devant les tribunaux civils ou pénaux ou les organes administratifs que le public était induit en erreur ou qu'un acte de concurrence déloyale ayant trait à l'usage d'une IG avait été commis. De ce point de vue, le niveau additionnel de protection des IG représenterait non seulement une simplification du mécanisme visant à assurer le respect des droits, mais aussi une possibilité de réduire les coûts des producteurs légitimes.²²³

71. Il a été dit que si, du fait de l'extension, les producteurs se voyaient interdire l'utilisation d'un certain terme et que le droit d'utilisation était considéré comme une sorte de droit de propriété, cela pourrait apparaître comme une forme d'expropriation par le gouvernement pouvant donner lieu à une obligation d'indemniser les producteurs concernés. Cela pourrait aussi être considéré comme une atteinte à un droit protégé par la Constitution, ce qui pourrait être invoqué par les investisseurs tant étrangers que nationaux, sur la base, par exemple, d'accords de protection des investissements.²²⁴

72. On a dit qu'il serait utile d'échanger des points de vue sur le type d'**assistance technique** qui serait nécessaire pour aider les Membres qui ne sont pas dotés d'un système et d'une infrastructure internes pour faire face à l'extension.²²⁵

²²² CE, IP/C/M/38, paragraphe 190; JOB(03)/119, page 5; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphe 10.

²²³ République tchèque, IP/C/M/38, paragraphe 192; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragraphes 7 et 12; TN/C/W/14, page 2.

²²⁴ Chili, consultations du DGA, 7 février 2005.

²²⁵ Nouvelle-Zélande, consultations du DGA, 7 février 2005.

ANNEXE 1

**LISTE DES RÉUNIONS FORMELLES ET INFORMELLES AU COURS
DESQUELLES ONT EU LIEU DES DISCUSSIONS CONSACRÉES
AUX QUESTIONS RELATIVES À L'EXTENSION (2002-2005)**

Présidence	Titre	Date de la réunion
2005		
Directeur général adjoint	Troisième consultation au niveau technique sur l'extension des IG	25 avril 2005
Directeur général adjoint	Deuxième consultation au niveau technique sur l'extension des IG	10 mars 2005
Directeur général adjoint	Première consultation au niveau technique sur l'extension des IG	7 février 2005
2004		
Directeur général adjoint	Consultation au niveau technique sur l'extension des IG (questions d'organisation)	16 décembre 2004
2003		
Directeur général	Réunion informelle des chefs de délégation sur les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques	30 juin 2003
Directeur général	Réunion informelle des chefs de délégation sur les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques	22 mai 2003
2002		
Président du Conseil des ADPIC	Conseil des ADPIC – Session ordinaire	25-27 et 29 novembre et 20 décembre 2002
Président du Conseil des ADPIC	Réunion informelle du Conseil des ADPIC sur l'extension de la protection des indications géographiques prévue par l'article 23 aux produits autres que les vins et spiritueux	10 novembre 2002
Président du Conseil des ADPIC	Conseil des ADPIC – Session ordinaire	8 novembre 2002
Président du Conseil des ADPIC	Conseil des ADPIC – Session ordinaire	10 septembre 2002
Président du Conseil des ADPIC	Conseil des ADPIC – Session ordinaire	5-7 mars 2002

ANNEXE 2.1

LISTE DES QUESTIONS*

Note du Président

Les questions qui pourraient être examinées se répartissent en trois grandes catégories:

- questions juridiques relatives aux différences entre la protection générale des indications géographiques prévues par l'Accord sur les ADPIC et la protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux;
- questions d'ordre plus général telles que l'effet sur les producteurs et les consommateurs d'une extension éventuelle de la protection; et
- coûts et charges administratifs inhérents aux procédures liées à une extension éventuelle de la protection et autres effets pouvant résulter pour les pouvoirs publics.

De plus, le Conseil devra réfléchir à la manière de rendre compte de ses travaux au CNC d'ici à la fin de cette année.

Il est suggéré que le Conseil examine la première série de questions citées plus haut à sa réunion de septembre 2002 et qu'il s'occupe des deux autres à la réunion de novembre 2002, sachant qu'il aura peut-être alors l'occasion de revenir sur les questions de la première série. Si les Membres le souhaitent et que le calendrier des réunions le permet, une réunion informelle supplémentaire pourrait également être organisée.

Il convient de souligner que l'objet de cette liste n'est pas de limiter les travaux mais plutôt de les organiser de manière plus rationnelle. Toutes les questions auxquelles les délégations attachent de l'importance doivent pouvoir être examinées. Cette liste n'est donc, par nature, pas exhaustive. En particulier, on peut noter que les thèmes de discussion énumérés dans chacune des principales séries ont un caractère exemplatif et n'empêchent pas les délégations de soulever d'autres questions relevant de ces rubriques.

En ce qui concerne les travaux pertinents en cours dans d'autres contextes, il est suggéré que le Conseil, en examinant les questions figurant sur la liste, tire profit des travaux effectués au titre d'autres points de l'ordre du jour et dans d'autres enceintes, telles que l'OMPI, en évitant les chevauchements.

Questions juridiques relatives aux différences entre la protection générale des indications géographiques prévue par l'Accord sur les ADPIC et la protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux

Il semblerait que l'on doive commencer, dans ce débat, par bien évaluer les différences entre le niveau général de protection des indications géographiques et la protection additionnelle requise dans le secteur des vins et des spiritueux. Cette étape est nécessaire pour bien comprendre les conséquences de toute extension de la protection. Déjà, ces différences ont fait l'objet de nombreuses discussions au cours desquelles certaines délégations ont souligné l'importance du niveau général de

* Extrait du document JOB(02)/117, daté du 17 septembre 2002.

protection par rapport à celle de la protection additionnelle plus limitée, du fait des exceptions prévues à l'article 24, tandis que d'autres ont insisté sur la nécessité d'empêcher de nouvelles utilisations non autorisées des indications géographiques.

Les thèmes qui pourraient être abordés dans ce débat seraient les suivants:

- Questions relatives à l'objet de la protection. Certaines délégations ont émis l'idée que cette question n'avait pas besoin d'être examinée dans ce contexte puisque l'on n'envisageait pas de modifier la définition figurant à l'article 22:1, alors que d'autres délégations ont indiqué que, compte tenu des différentes incidences d'une extension de la protection, il serait difficile d'étudier cette question sans apporter des éclaircissements sur la nature et le nombre des termes susceptibles de bénéficier d'une protection, y compris en ce qui concerne des questions telles que le rôle du pays d'origine et du pays où la protection est demandée dans la détermination des critères à remplir pour bénéficier de la protection, les noms de pays pouvant en bénéficier, les noms autres que de lieux et ce que l'on appelle les "expressions traditionnelles", etc.
- Questions relatives à la protection accordée. Pourraient être examinées sous ce thème:
 - la différence de niveau de protection si l'on tient compte des exceptions prévues à l'article 24;
 - la différence de traitement du rapport entre marques de commerce et de fabrique et indications géographiques; et
 - la différence de traitement des indications géographiques homonymes.

Questions d'ordre plus général telles que l'effet sur les producteurs et les consommateurs d'une extension éventuelle de la protection

S'agissant des producteurs, il existe deux catégories de producteurs dont il y aurait lieu d'étudier les préoccupations:

- Les producteurs qui produisent le produit dans la région désignée par le terme qui bénéficie d'une protection accrue. Partant des travaux sur les différences juridiques, dans quelle mesure ces producteurs bénéficieraient-ils de cette protection pour la commercialisation de leur produit dans d'autres pays?
- Les producteurs du produit d'autres régions qui pourraient être empêchés d'utiliser l'indication géographique protégée. Dans quelle mesure ces producteurs seraient-ils lésés pour ce qui est de la commercialisation de leur produit et à quel type de coûts/charges en matière d'ajustement pourraient-ils devoir faire face?

En ce qui concerne les consommateurs, on pourrait envisager de poursuivre la discussion pour déterminer l'importance relative des avantages censés, selon certains, résulter d'une plus grande clarté dans l'origine géographique des produits considérés par rapport à la confusion et la hausse des prix qui résulteraient de la perturbation des pratiques de commercialisation existantes.

Coûts et charges administratifs inhérents aux procédures liées à une extension éventuelle de la protection et autres effets pouvant en résulter pour les pouvoirs publics

Ces questions ont été évoquées à plusieurs niveaux:

- Adaptation de la législation et des institutions. Parmi les questions qui pourraient être examinées il y a la mesure dans laquelle les modèles existants pour les vins et les spiritueux pourraient être étendus à d'autres secteurs de produits et la mesure dans laquelle cela nécessiterait de revoir complètement la législation en matière de marques de fabrique ou de commerce et de concurrence déloyale.
- Utilisation des procédures d'acquisition de la protection. On pourrait examiner dans quelle mesure l'utilisation de ces procédures pourrait entraîner des charges pour les pouvoirs publics et les intérêts commerciaux, par exemple du fait du nombre des demandes probables, des difficultés pour traiter des différences dans les critères d'admission au bénéfice de la protection, les pressions qui risqueraient de s'exercer pour que soient respectés les critères applicables dans le pays d'origine, etc.
- Exécution des obligations. On pourrait examiner la question de savoir dans quelle mesure il incomberait aux intérêts commerciaux concernés de faire respecter les obligations ou si les pouvoirs publics pourraient être tenus de veiller au respect des obligations et d'intervenir dans le règlement des différends au niveau national et, éventuellement, dans les procédures de règlement des différends au niveau multilatéral.

ANNEXE 2.2

LISTE NON EXHAUSTIVE DE SUJETS ÉVENTUELS DE DISCUSSION*

Fax du Directeur général

1. Sujets mentionnés par le Directeur général à la consultation de mai:
 - a) le rapport entre les propositions d'extension présentées dans le contexte des ADPIC et les propositions faites au sujet des indications géographiques dans le contexte des négociations sur l'agriculture;
 - b) la portée des propositions d'extension, en ce qui concerne l'éventail des produits et le nombre des indications géographiques;
 - c) les incidences potentielles de l'extension sur les droits antérieurs portant sur des marques de fabrique ou de commerce et sur les dispositions de l'Accord sur les ADPIC relatives à la protection des marques;
 - d) les incidences potentielles de l'extension sur les marchés des pays tiers.
2. À la consultation de mai, il a été fait mention des avantages et désavantages pour les différentes parties qui pourraient être concernées par l'extension, notamment:
 - a) les producteurs de la zone identifiée par l'indication géographique, compte tenu de la protection déjà offerte par l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC et/ou du régime des marques de fabrique ou de commerce;
 - b) les autres producteurs utilisant l'IG;
 - c) les consommateurs;
 - d) les gouvernements.
3. Un certain nombre de questions relatives à la manière dont une extension éventuelle pourrait interagir plus généralement avec le système de l'OMC ont été soulevées, notamment:
 - a) la répartition des droits et obligations, ou des avantages et désavantages, entre les Membres de l'OMC, y compris les pays en développement et les pays les moins avancés;
 - b) les incidences pour l'objectif de l'OMC consistant à promouvoir la libéralisation du commerce.

* Pièce jointe à un fax daté du 25 juin 2003 et invitant les Membres à une consultation informelle des chefs de délégation sur les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques le 30 juin 2003.

ANNEXE 2.3**QUESTIONS DE MISE EN ŒUVRE: CONSULTATION
AU NIVEAU TECHNIQUE SUR L'EXTENSION DES IG, 7 FÉVRIER 2005**Fax du Directeur général adjoint*

Vous êtes invités à une consultation au niveau technique sur les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et spiritueux, qui se tiendra dans la matinée du 7 février 2005 dans la salle D, à partir de 10 heures.

À la fin de la consultation tenue le 16 décembre sur les questions d'organisation, j'ai indiqué qu'à la lumière des vues exprimées je vous soumettrais un certain nombre de propositions de sujets à examiner à la consultation de février – sujets auxquels d'autres pourraient être ajoutés à mesure que les travaux avanceront.

Je vous propose donc qu'à la réunion de février les discussions aient pour objet, dans un premier temps, de préciser davantage:

- les objectifs, le champ d'application et le contenu de la proposition d'extension présentée par quelques délégations,
- les incidences (y compris les coûts et avantages) de cette proposition, y compris pour a) les producteurs bénéficiant d'une IG; b) les autres producteurs; c) les consommateurs; et d) les autorités gouvernementales.

Lorsqu'elles aborderont ces sujets, les délégations pourront souhaiter débattre, entre autres, des points mentionnés par le Directeur général dans la "Liste non exhaustive de sujets éventuels de discussion" qu'il a distribuée en juin 2003.

Les délégations ayant des observations à formuler sur les propositions ci-dessus sont invitées à me les faire connaître au plus tard le jeudi 27 janvier.

* Extrait d'un fax adressé aux Membres de l'OMC le 13 janvier 2005.

ANNEXE 3

DOCUMENTS CONCERNANT LES QUESTIONS RELATIVES À L'EXTENSION
DES IG PARUS DEPUIS LA CONFERENCE MINISTERIELLE DE DOHA

Cote du document	Auteur(s) de la communication	Titre	Date de distribution
2005			
JOB(05)/61 et Add.1 et 2	Bulgarie, Communautés européennes, ex-République yougoslave de Macédoine, Guinée, Inde, Kenya, Jamaïque, Liechtenstein, Madagascar, République kirghize, Roumanie, Sri Lanka, Suisse, Thaïlande, Tunisie et Turquie	Programme de travail de Doha – Extension de la protection additionnelle des indications géographiques à des produits autres que les vins et les spiritueux	22 avril 2005
JOB(05)/8	Australie	Consultations techniques sur l'extension des IG	4 février 2005
2004			
WT/GC/W/540/Rev.1 et Add.1 TN/C/W/21/Rev.1 et Add.1	Bulgarie, Communautés européennes, Guinée, Inde, Jamaïque, Kenya, Liechtenstein, Madagascar, Moldova, Roumanie, Suisse, Thaïlande et Turquie	Programme de travail de Doha – Extension de la protection additionnelle des indications géographiques à d'autres produits que les vins et spiritueux – Révision	14 décembre 2004
TN/C/4	Suisse, au nom des "partisans de l'extension des IG"	Déclaration faite par la Suisse au nom des "partisans de l'extension des IG" à la réunion du CNC du 30 juin 2004	13 juillet 2004
2003			
TN/C/W/14 et Add.1 et 2, et Corr.1	Bulgarie, Chypre, Communautés européennes, Estonie, ex-République yougoslave de Macédoine, Géorgie, Hongrie, Inde, Jamaïque, Kenya, Lettonie, Liechtenstein, Malte, Maroc, Pologne, République kirghize, République slovaque, République tchèque, Roumanie, Slovénie, Sri Lanka, Suisse, Thaïlande et Turquie	Indications géographiques – l'importance de l'"extension" dans l'Accord sur les ADPIC et ses avantages pour les Membres de l'OMC	9 juillet 2003
JOB(03)/137	Communautés européennes	Extension de la protection additionnelle des indications géographiques à des produits autres que les vins et spiritueux – Liste de questions auxquelles il convient de donner suite lors de réunions ultérieures	8 juillet 2003

Cote du document	Auteur(s) de la communication	Titre	Date de distribution
JOB(03)/119	Communautés européennes	Extension de la protection additionnelle des indications géographiques aux produits autres que les vins et spiritueux	23 juin 2003
IP/C/M/38	Secrétariat	Compte rendu de la réunion tenue du 25 au 27 et le 29 novembre 2002, et le 20 décembre 2002 (Point D de l'ordre du jour – paragraphes 65 à 216)	5 février 2003
2002			
IP/C/W/395	Argentine, Australie, Canada, Chili, Colombie, El Salvador, Équateur, États-Unis, Guatemala, Honduras, Nouvelle-Zélande, Panama, République dominicaine et Taipei chinois	Projet de rapport du Conseil des ADPIC au CNC concernant l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC – Questions liées à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et les spiritueux	10 décembre 2002
JOB(02)/194	Bulgarie, Chypre, Communautés européennes, Géorgie, Hongrie, Inde, Jamaïque, Kenya, Liechtenstein, Malte, Maurice, Pakistan, République slovaque, République tchèque, Roumanie, Slovénie, Sri Lanka, Suisse, Thaïlande et Turquie	Proposition à inclure dans le rapport du Conseil des ADPIC au Comité des négociations commerciales (CNC) – Questions liées à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et les spiritueux	26 novembre 2002
IP/C/W/386	Argentine, Australie, Canada, Chili, El Salvador, États-Unis, Guatemala, Nouvelle-Zélande, Paraguay, Philippines, République dominicaine et Taipei chinois	Incidences de l'extension de l'article 23	8 novembre 2002
IP/C/M/37/Add.1	Secrétariat	Compte rendu de la réunion tenue du 17 au 19 septembre 2002 (Point D de l'ordre du jour – paragraphes 97 à 194 et Annexe, pages 89 à 103)	8 novembre 2002
JOB(02)/117	Président du Conseil des ADPIC	Questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et spiritueux – Liste des questions – Note du Président	17 septembre 2002

Cote du document	Auteur(s) de la communication	Titre	Date de distribution
IP/C/M/36/Add.1	Secrétariat	Compte rendu de la réunion tenue du 25 au 27 juin 2002 (Point D de l'ordre du jour – paragraphes 57 à 193)	10 septembre 2002
JOB(02)/95	Australie	Déclaration faite par l'Australie à la réunion du Conseil des ADPIC du 25 au 27 juillet concernant l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à d'autres produits que les vins et les spiritueux	26 juillet 2002
IP/C/W/360	Australie, Canada, États-Unis, Guatemala, Nouvelle-Zélande, Paraguay et Philippines	Incidences de l'extension de l'article 23	26 juillet 2002
IP/C/W/353	Bulgarie, Chypre, Communautés européennes et leurs États membres, Cuba, Géorgie, Hongrie, Inde, Islande, Kenya, Liechtenstein, Malte, Maurice, Pakistan, Roumanie, République slovaque, République tchèque, Slovénie, Sri Lanka, Suisse, Thaïlande et Turquie	Extension de la protection additionnelle des indications géographiques à des produits autres que les vins et spiritueux	24 juin 2002
JOB(02)/32	Sri Lanka	Note informelle sur l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et spiritueux	11 avril 2002
IP/C/M/35	Secrétariat	Compte rendu de la réunion tenue du 5 au 7 mars 2002 (Point D de l'ordre du jour – paragraphes 139 à 205)	22 mars 2002
2001			
WT/MIN(01)/W/11	Bulgarie, Communautés européennes et leurs États membres, Hongrie, Liechtenstein, Kenya, Maurice, Nigéria, Pakistan, République slovaque, République tchèque, Slovénie, Sri Lanka, Suisse, Thaïlande et Turquie	Communication de la Bulgarie, des Communautés européennes et de leurs États membres, de la Hongrie, du Liechtenstein, du Kenya, de Maurice, du Nigéria, du Pakistan, de la République slovaque, de la République tchèque, de la Slovénie, de Sri Lanka, de la Suisse, de la Thaïlande et de la Turquie concernant les paragraphes 18 et 12 du projet de Déclaration ministérielle	14 novembre 2001

Cote du document	Auteur(s) de la communication	Titre	Date de distribution
WT/MIN(01)/W/9	Bulgarie, Kenya, Inde et Sri Lanka	Communication de la Bulgarie, du Kenya, de l'Inde et de Sri Lanka concernant les paragraphes 18 et 12 du projet de Déclaration ministérielle	13 novembre 2001
WT/MIN(01)/W/8	Argentine	Communication de l'Argentine concernant les paragraphes 18 et 12 du projet de Déclaration ministérielle	12 novembre 2001