UNIVERSITÉ DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE

ÉCOLE DOCTORALE SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES (555)

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE

Discipline* : *SCIENCES JURIDIQUES

Spécialité : Droit public

Présentée et soutenue publiquement par

Aurélie LAURENT

Le 17 décembre 2020

LA FIN D'UNE APPELLATION D'ORIGINE :

ETUDE SUR LES POSSIBILITES JURIDIQUES DE REAPPROPRIATION DU NOM ENREGISTRE SOUS AOP OU IGP

Thèse dirigée par M. Théodore GEORGOPOULOS

JURY

M. Olivier DUBOS,	Professeur,	Université Montesquieu-Bordeaux IV,	**Président**
M. Théodore GEORGOPOULOS,	Maître de Conférences HDR,	Université de Reims Champagne-Ardenne,	**Directeur de thèse**
Mme Caroline LE GOFFIC,	Maître de Conférences HDR,	Université Paris Descartes,	**Rapporteur**
M. Cyril NOBLOT,	Maître de Conférences HDR,	Université de Reims Champagne-Ardenne,	**Examinateur**

A la mémoire de mon père

et à Axel

REMERCIEMENTS

Je voudrais tout d'abord exprimer ma reconnaissance à Théodore Georgopoulos pour la confiance qu'il m'a accordée en acceptant de diriger ma thèse. Son soutien, son sens critique et sa grande rigueur intellectuelle sont pour beaucoup dans l'achèvement de ce travail.

Je tiens tout particulièrement à remercier les membres de l'Union Viticole de Sancerre, sans qui ce manuscrit n'aurait jamais pu voir le jour. Je salue le courage d'oser la remise en question et de contribuer par là-même à nourrir la recherche juridique.

Un très grand merci également aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail, notamment dans cette période inédite et très compliquée, où l'adaptation était nécessaire.

Je me permets un clin d'œil à Stéphanie, Clémence et Georges pour leur disponibilité et leur aide précieuse lors d'étapes importantes dans l'avancée de mon travail.

Je pense évidemment au soutien précieux de ma famille et de mes amies. Je remercie ainsi ma mère, mes beaux-parents, mes sœurs Emilie, Sophie et Marie, ma belle-sœur Marie sans oublier Marion, Marina, Florence, Justine et Annabelle, dont les encouragements ont été déterminants.

Aussi, je dédie cette thèse à toutes les personnes qui sont parties bien trop tôt ; je pense notamment à mon père et à mes grands-parents.

Pour finir, je remercie Axel, mon fiancé et futur mari d'ici quelques semaines pour son soutien indéfectible, son inaltérable confiance et son infinie patience durant ces longues journées d'absence.

LISTE DES ABREVIATIONS

ADPIC	Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce
AIDV	Association Internationale des Juristes pour le Droit de la Vigne et du Vin
AIPPI	Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle
AO	Appellation(s) d'Origine
AOC	Appellation(s) d'Origine Contrôlée(s)
AOP	Appellation(s) d'Origine Protégée(s)
BNIC	Bureau National Interprofessionnel du Cognac
Bull.	Bulletin
Bull. civ	Bulletin civil de la Cour de cassation
Bull. crim.	Bulletin criminel de la Cour de cassation
Bull. OIV	Bulletin de l'Organisation Internationale du Vin
C. civ.	Code civil
C. cons.	Code de la consommation
C. rur.	Code rural et de la pêche maritime
CA	Cour d'appel
CAA	Cour administrative d'appel
Cass.	Cour de Cassation
CE	Communauté Européenne
C.E	Conseil d'Etat
CEE	Communauté Economique Européenne
CEDH	Cour Européenne des Droits de l'Homme
CEIPI	Centre d'Etudes Internationales de la Propriété Intellectuelle
CETA	Comprehensive Economic and Trade Agreement
Ch.	Chambre
Ch. rec.	Chambre de recours
CIGC	Comité Interprofessionnel de Gruyère de Comté
CIVC	Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
CJCE	Cour de Justice des Communautés Européennes

CJUE	Cour de Justice de l'Union Européenne
CNIV	Comité National des Interprofessions des Vins à Appellation d'Origine et à Indication Géographique
CPI	Code de la propriété intellectuelle
D.	Dalloz
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
DOOR	Database of Origin & Registration
DPMA	Deutsches Patent – und Markenamt (ou en français : Office des brevets et des marques allemandes)
EU	European Union (voir en français « UE »)
EUIPO	Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle
FAO	Food and Agriculture Organization (ou en français : Organisation de l'Alimentation et de l'Agriculture)
GATT	General Agreement on Tarifs and Trade (ou en français : Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce)
Gaz. Pal.	Gazette du Palais
GI	Geographical Indication (voir en français « IG(s) »)
IG	Indication Géographique (voir en anglais « GI(s) »)
IGP	Indication(s) Géographique(s) Protégée(s)
IGPIA	Indication(s) Géographique(s) pour les Produits Industriels et Artisanaux
INAO	Institut National de l'Origine et de la Qualité
INPI	Institut National de la Propriété Industrielle
INRA	Institut National de la Recherche Agronomique
IVDP	Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto
JCP	Jurisclasseur périodique (Semaine juridique)
JOCE	Journal Officiel des Communautés Européennes
JORF	Journal Officiel de la République Française
JOUE	Journal Officiel de l'Union Européenne
LGDJ	Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economiques
OCM	Organisation Commune des Marchés

ODG	Organisme de Défense et de Gestion
OHMI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
OIV	Organisation Internationale de la Vigne et du Vin
OMC	Organisation Mondiale du Commerce (voir en anglais « WTO »).
OMPI	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (voir en anglais « WIPO »)
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ORD	Organe de Règlement des Différends
Origin	Organisation for an International Geographical Indications Network
PAC	Politique Agricole Commune
RJDA	Revue de Jurisprudence de Droit des Affaires
RMC	Règlement sur les marques communautaires
RMUE	Règlement sur la marque de l'Union européenne
RTD com.	Revue trimestrielle de droit commercial
R.T.N.U.	Recueil des Traités des Nations Unies
SAFER	Société d'aménagement foncier et d'établissement rural
SEITA	Société nationale d'exploitation industrielle des tabacs et allumettes
SIQO	Signe d'identification de l'origine et de la qualité
STG	Spécialités traditionnelles garanties
TCE	Traité instituant la Communauté Européenne
TFUE	Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne
TGI	Tribunal de Grande Instance
TPICE	Tribunal de Première Instance des Communautés Européennes
TRIPS	Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (voir en français « ADPIC »).
TUE	Tribunal de l'Union Européenne
UE	Union Européenne (voir en anglais « EU »)
U.S.Code	United States Code
WIPO	World Organisation of Intellectual Property (voir en français « OMPI »)
WTO	Word Trade Organization (voir en français « OMC »)

SOMMAIRE

PARTIE 1

L'EXTINCTION DES DROITS DES AOP/IGP 23

CHAPITRE 1

La perte de la protection des AOP/IGP 26

Section 1. La perte de la protection par l'annulation 28

Section 2. La perte de la protection par la dégénérescence 65

CHAPITRE 2

Les conséquences de la perte de la protection des AOP/IGP 114

Section 1. L'appréciation des effets dans le temps 115

Section 2. Les effets sur le nom géographique 136

PARTIE 2

LA MARQUE COMME FORME ALTERNATIVE DE PROTECTION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES 157

CHAPITRE 1

Les relations difficiles entre l'AOP/IGP et la marque 159

Section 1. Des difficultés de rapprochement doctrinal 161

Section 2. Des conflits de priorité de droits 203

CHAPITRE 2

Les interactions entre l'AOP/IGP et la marque 234

Section 1. Une osmose doctrinale et de pratique 236

Section 2. Une articulation délicate 255

INTRODUCTION

Nul doute que le nom géographique joue un rôle déterminant dans l'identification et la commercialisation d'un grand nombre de produits agricoles ou alimentaires[1], tel que le Jambon de Parme, le Piment d'Espelette, ou encore le Champagne. Le nom géographique est en effet utilisé pour identifier la provenance des produits en les distinguant par leurs caractéristiques spécifiques des autres produits identiques ou similaires venant d'ailleurs[2]. Cette pratique lointaine s'est répandue à travers le monde si bien qu'il existe aujourd'hui plus de 10 000 indications géographiques[3].

Si la pratique date, la protection juridique de l'origine des productions est quant à elle relativement récente. Celle-ci remonte en effet au début du XIXème siècle en France, notamment avec la loi du 28 juillet 1824 et la loi du 1er août 1905 pour lutter contre la fraude dans le secteur viticole[4] (qui sera complétée par celle du 5 août 1908). L'objectif était de lutter contre la concurrence déloyale ; la France a donc commencé par protéger ses indications de provenance, ce qui a par la suite donné lieu au système des appellations d'origine. C'est à partir d'une loi promulguée le 6 mai 1919 que la notion d'appellation d'origine émerge et à partir de 1935 que sa

[1] ZINDY (P.), HALAWANY-DARSON (R.), HAUWUY (A.), « Perception et attitude des consommateurs vis-à-vis des produits de terroir : implications pour les fromages », in *INRA Productions Animales*, Paris, 2017, 30 (3), pp. 229-240.

[2] VIVEZ (J.), *Traité des Appellations d'Origine*, Paris, R. Pichon et R. Durand-Auzias, 1943, p. 5 et 6 : « *Dès l'antiquité civilisée, beaucoup de noms de lieux furent utilisés pour désigner des objets ou des produits remarquables et recherchés qui tiraient de ces lieux leur origine. Déjà dans la Bible, il est parlé souvent des bois de cèdre du Liban, de l'or d'Ophir que le souverain syrien Hiram envoyait à Salomon pour la construction du temple. Le roi sage recevait également de l'or de Parvaim et des chevaux d'Egypte. On trouve aussi dans le Livre sacré mention des pierreries de Tharsis et surtout des vins d'Engaddi et de Baal-Hamon, de ceux de Chelbon, de celui très connu du Liban. […] Mais ce sont déjà les vins que l'on désigne le plus couramment par la région de leur production. Ceux de Lemnos, de Thrace, de Pramnios, sont particulièrement appréciés de tous les Grecs, héros ou simples mortels ; celui d'Ismara enivrait très bien le cyclope Polyphème […]* ». Voir aussi BAHANS (J.-M.), « La réforme du droit des appellations d'origine », in *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin – Histoire et actualité du droit*, Ed. Féret, Bordeaux, 2008, p. 50 et s.

[3] GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, Centre du Commerce International, 2009, 245 p.

[4] Il s'agit d'une loi générale sur la loyauté des transactions qui visait à réprimer les tromperies ou tentatives de tromperie sur l'origine de toutes les denrées alimentaires et les produits agricoles « *considérée comme la cause principale de la vente* ». Ce texte a posé les premières bases du respect de l'origine et de la qualité des produits. Voir LE POITTEVIN *(G.), Traité pratique* des *fraudes et falsifications*, Ed. Jolibois, 1911.

protection est affirmée, notamment sous l'impulsion de Joseph Capus, sénateur de la Gironde, et le baron Pierre le Roy de Boiseau, dirigeant d'un syndicat défenseur du vignoble de Châteauneuf-du-Pape. Le 30 juillet 1935, le décret-loi est adopté et les vins et spiritueux peuvent alors bénéficier de l' « Appellation d'Origine Contrôlée »[5] (AOC), qui vise à garantir une provenance géographique, l'utilisation du raisin d'un terroir déterminé et le respect d'un savoir-faire collectif et intergénérationnel. Initialement conçu pour le modèle viticole, le cadre juridique d'obtention des AOC a été étendu à l'ensemble des produits agricoles et alimentaires en 1990[6]. L'appellation française devient alors de plus en plus complexe, passant d'une simple délimitation d'une zone de production à l'élaboration d'un référentiel déterminant les caractéristiques du produit, la méthode locale de production unique et le lien qualitatif entre le produit et son lieu d'origine. Le succès économique[7] de ces dénominations a incité bon nombre de pays européens tels que l'Italie, l'Espagne et le Portugal[8] à adopter un système similaire. Cette approche s'est aussi étendue et diversifiée, dépassant largement les frontières des pays de l'Ancien monde[9] et intéresse de plus en plus les pays en voie de développement[10].

[5] Date à laquelle est aussi créé le Comité national des appellations d'origine des vins ou eau-de-vie, forme première de l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), établissement public placé sous la tutelle du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. HUMBERT (F.), « L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC », Thèse sous la direction de S. WOLIKOW, Université de Bourgogne, 2011, 754 p.

[6] Le succès économique des AOC pour la filière viticole française a poussé le Parlement à étendre les compétences de l'INAO à toutes les productions agricoles par la loi du 2 juillet 1990 (modifié à plusieurs reprises), et à lui confier une mission de reconnaissance des produits susceptibles de bénéficier d'une indication géographique protégée par la loi 9 juillet 1999. L'INAO jouait un rôle phare dans l'administration du droit des appellations en France mais sa position a été profondément modifiée par la position du législateur européen.

[7] La plupart se trouve dans les pays de l'OCDE, dont la France, où elles représentent près de 10% de la valeur totale du marché national des denrées alimentaires : GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, préc., p. 10.

[8] Exemple avec la « Denominazione di Origine Controllata » en Italie en 1963 (DOC), la « Denominação de Origem Controlada » au Portugal en 1986 (DOC) et la « Denominación de Origen Calificada » en Espagne en 1996 (DOCa).

[9] Les pays dits de l'« Ancien monde » sont dotés d'une longue histoire et coutumiers de l'utilisation des noms de lieux pour désigner les produits en provenant et s'opposent à la tradition des pays du « Nouveau monde ». MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international*, Thèse sous la direction de M.-A. HERMITTE, Paris, EHESS, 2010, p. 13.

[10] Le règlement (CE) n°510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 (abrogeant le règlement (CEE) n°2081/92), relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOUE n° L 093 du 31 mars 2006) va reconnaître et protéger les IG provenant de pays tiers. Il va permettre le dépôt d'une demande d'obtention d'une IG européenne à un groupe de producteurs localisé dans un pays tiers. La première appellation étrangère à avoir bénéficié de la protection européenne est le « café de Colombie ». Voir Agence Française de Développement & Fonds Français pour l'Environnement Mondial, *Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures*, *Savoirs communs n°9*,

Bien que la notion d'appellation d'origine apparaisse en France au début du XXème siècle, sa définition juridique a été établie ultérieurement. C'est l'Arrangement de Lisbonne qui vient la définir comme étant « *la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains* »[11]. Cette définition est transposée par la loi n°66-482 du 6 juillet 1966 en France et est ensuite codifiée à l'article L 115-1 du Code de la consommation, cité par l'article L 721-1 du Code de la propriété intellectuelle[12]. La loi française du 29 octobre 2007[13] viendra inclure dans cette définition les appellations d'origine françaises, les indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux et les AOP et IGP au sens de la réglementation européenne[14].

Le concept d'AO a donné naissance à toute une diversité de textes juridiques, eux-mêmes à l'origine d'une terminologie variée selon les pays et les instruments juridiques évoqués. En 1992, l'Union européenne s'est inspirée de la France en instaurant un dispositif de politique agricole de qualité. L'adoption du règlement n°2081/1992 du 14 juillet 1992 (modifié par le règlement n°510/2006 du 20 mars 2006) a en effet permis d'harmoniser les différents systèmes déjà mis en place par les Etats membres avec l'Appellation d'Origine Protégées (AOP) et l'Indication Géographique Protégée (IGP). Au niveau européen, on entend par AOP, « *le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays* ». L'AOP bénéficie aux produits « *dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et dont la production, la transformation*

Juillet 2010, 104 p. Autres exemples : une demande d'enregistrement en tant qu'IGP du bâton de cannelle « Ceylon cinnamon » qui provient du Sri Lanka vient d'être publiée (JO C 208 du 22.6.2020) ou une demande d'enregistrement pour le Poivre de Penja du Cameroum est en cours d'instruction, ou encore l'enregistrement en tant qu'IGP du Poivre de Kampot provenant du Cambodge. Voir aussi ILBERT (H.), « Le marquage des terroirs par les indications géographiques : politiques internationales et stratégies nationales en Méditerranée », in *Les Produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens*, Montperllier : CIHEAM, 2009, p. 121-134.

[11] Art. 2.

[12] Constitue une AO « *la dénomination d'un pays, d'une région, ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains* ».

[13] Loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon (JO 30 oct. 2007, p. 17775), complétée par la Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (JO 5 août 2008, p. 12471).

[14] Art. L 722-1 du CPI.

et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ». Elle vient conditionner l'utilisation d'un nom géographique au respect de certaines méthodes locales de production uniques garanties et contrôlées par l'autorité publique au sein d'une zone géographique délimitée. Le produit tire ainsi son originalité et sa typicité de l'origine géographique. Outre l'AOP, un second degré de référence géographique est introduit : l'IGP. La définition de l'IGP diffère de celle de l'AOP en ce que la qualité ou les caractères du produit ne sont pas *« dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique »,* mais « *peuvent être attribuées à cette origine géographique ».* En outre, l'IGP est moins restrictive que l'AOP, puisque seule l'une des trois opérations (production, transformation ou élaboration) doit être effectuée dans la zone géographique délimitée[15]. Bien que le lien à l'origine soit moins fort, l'IGP possède un régime de protection similaire à l'AOP. Ainsi, les dispositions relatives aux AOP évoquées dans cette étude s'appliqueront de manière similaire aux IGP. Une fois la dénomination géographique enregistrée, les producteurs doivent obligatoirement faire figurer la mention AOP ou IGP sur les emballages et les étiquetages des produits concernés[16]. A date, près de 1 600 dénominations ont déjà été enregistrées pour du vin et près de 3 000 pour l'ensemble des catégories de produits (produits alimentaires, vins, spiritueux et vins aromatisés)[17].

[15] Art. 2 du règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE 24 juillet 1992).

[16] Seuls les vins et spiritueux sont autorisés à conserver la mention française « AOC ». Selon l'article 119 du règlement (UE) n°1308/2013, les termes « AOP » et « IGP » peuvent être omis « *lorsqu'une mention traditionnelle au sens de l'article 112 point a) figure sur l'étiquette conformément au cahier des charges du produit visé à l'article 94 §2* ». La France ayant enregistré la mention « appellation d'origine contrôlée » (AOC) comme mention traditionnelle, elle peut de ce fait utiliser l' « AOC » à la place de l' « AOP ». Chaque Etat membre choisit d'utiliser soit sa mention traditionnelle, soit la mention européenne. Ainsi le mention traditionnelle « Denominación de origen » (D.O.) remplace le terme « appellation d'origine protégée » en Espagne, « Denominazione di origine controllata » (D.O.C.) et « Denominazione di origine controllata e garantita » (D.O.C.G.) en Italie, « Denominação de origem » (D.O.) au Portugal, « Appellation d'origine contrôlée » en Belgique, « Qualitätswein bestimmter Anbaugebiet » (QbA) en Allemange, « Denominazzjoni ta' Origini Kontrollata » (D.O.K.) à Malte ou bien encore « Vin cu denumire de origine controlată » en Roumanie.

[17] Source : Site e-ambrosia – Extraction le 28 septembre 2020. Quelques exemples de produits protégés : les fromages Parmigiano Reggiano (AOP) et Mozzarella di Bufala Campana (AOP), la charcuterie Prosciutto di Parma (AOP) ou encore l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena (AOP) en Italie ; la charcuterie Jamón de Teruel (AOP), le fromage Queso de Manchego (AOP) ou encore le Vinagre de Jerez (AOP) en Espagne ; les fromages le Charolais (AOP), le Chevrotin (AOP) et le Morbier (AOP), la Lentille verte du Puy (AOP) ou encore l'Huile de Provence (AOP) en France.

L'AO a également fait partie des dispositions prévues par l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce[18] (ADPIC) dans le cadre de la création de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) pendant l'Uruguay round en 1994. Elle est depuis entrée dans la famille des indications géographiques[19]. L'Accord sur les ADPIC définit ces dernières comme étant des signes qui « *servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique* »[20] et les classe comme droit de propriété intellectuelle[21]. Le terme « indication géographique » utilisé par l'Accord sur les ADPIC a alors un sens bien plus large que la notion d'IGP utilisée par la réglementation européenne, et n'est pas sans créer une certaine confusion. Par ailleurs, les études consacrées aux dénominations géographiques se heurtent toujours à la définition des termes utilisables et à leur champ d'application. En tout état de cause, face à la multiplicité des termes référents aux dénominations géographiques, il est fréquent d'utiliser **«** indication géographique » au sens large du terme, afin de désigner l'ensemble des signes distinctifs géographiques**[22]**.

Eu égard à la spécificité des appellations d'origine marquée par leur définition et leur terminologie variée, il n'est pas surprenant que les principes du système juridique prévus pour leur protection soient « *assez différents de ceux des autres branches de la propriété industrielle et on se trouve parfois face à un conflit de logique (…) celle du droit public, d'essence collective, et celle du droit privé, éminemment individuelles* »[23]. Contrairement à la marque qui ne désigne que l'origine d'une entreprise, l'AO est une production élaborée par un groupement de producteurs dans une zone géographique délimitée et dont la typicité ressort d'un

[18] Voir les extraits de l'Accord sur les ADPIC relatifs aux indications géographiques à l'Annexe 2. L'Accord sur les ADPIC prévoit le cadre des règles internationales en matière de propriété intellectuelle (droits d'auteurs, marques, indications géographiques, dessins et modèles, brevets, etc.).

[19] AUDIER (J.), « Indications géographiques et mondialisation », in III° Forum europeo sulla qualita alimentare, Madrid, 27-28 novembre 2006, 21 p. ; du même auteur, « Accord ADPIC, indications géographiques », Luxembourg : Office des publications officielles des Communautés européennes, 2000, 47 p.

[20] Art. 22 (1) de l'Accord sur les ADPIC.

[21] Les indications géographiques, y compris les appellations d'origine, figurent dans la même rubrique que le droit d'auteur, les marques de fabrique et de commerce, les brevets, etc.

[22] OLSZAK (N.), *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, Technique et Documentation, Paris, 2001, p. 69.

[23] OLSZAK (N.), *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, préc., p. 13.

savoir-faire local et/ou de spécificités d'un terroir. Une fois la protection juridique accordée, cette production devient officiellement identifiable d'une part, par un nom géographique qui permet de la localiser, et, d'autre part, par ses qualités propres, pour la différencier des productions identiques ou similaires, notamment par les facteurs humains et naturels qui interviennent dans l'élaboration du produit. L'AOP ou l'IGP n'est pas un nom mais une production typique qui porte un nom[24]. P. Roubier la qualifie même de « *titre de qualité* »[25] et J. Audier d' « élément du patrimoine national »[26]. Cette qualité liée à l'origine géographique permet alors d'une part, de protéger l'intérêt des producteurs locaux, en leur garantissant un revenu supérieur grâce à une meilleure valorisation économique des produits. D'autre part, elle garantit aux consommateurs que le produit commercialisé est conforme à son terroir, soit à son origine géographique et aux méthodes de production établies dans un cahier des charges contraignant.

Outre une protection juridique au niveau national depuis déjà plusieurs décennies, l'AO bénéficie d'une protection internationale, proportionnelle à son statut si particulier. Elle est non seulement assurée par les conventions internationales multilatérales, mais également par des accords bilatéraux. Les premières règles juridiques datent de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle du 20 mars 1883 qui prévoit la protection[27] contre l'utilisation directe ou indirecte d'une fausse indication concernant la provenance des marchandises et la protection contre toute utilisation d'une indication qui constitue un acte de concurrence déloyale[28], et de l'Arrangement de Madrid du 14 avril 1891 qui prévoit la protection contre l'utilisation d'indications fausses ou fallacieuses[29]. L'AO a toutefois obtenu une protection efficace à partir de l'Arrangement de Lisbonne (qui sera

[24] « *la protection des IG/AO est avant tout celle d'une production typique et de son territoire comprenant des hommes, des cultures, des traditions, des savoir-faire, des terroirs* » : BOYER-PAILLARD (D.), « Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques » », *Revue de droit rural*, n°435, Août 2015, étude 16.

[25] ROUBIER (P.), *Le droit de la propriété industrielle*, *Tome 2*, Ed. Recueil Sirey, Paris, 1954, p. 811 : « *[L]'appellation d'origine est devenue un titre parcimonieusement accordé, supposant, […], à la fois une exclusivité d'origine, les produits revêtus de l'appellation, ne pouvant absolument pas provenir d'ailleurs, et d'autre part la reconnaissance des qualités correspondant à cette origine, lesquelles en mainte hypothèse ne seront mises en valeur que par des procédés particuliers de préparation ou de fabrication. En somme, le titre d'appellation d'origine est devenu aujourd'hui un titre de qualité* ».

[26] AUDIER (J.), « De la nature juridique de l'appellation d'origine », *Bull. OIV*, n°743-744, 1993, vol. 66, p. 29.

[27] Ce sont les indications de provenance et des appellations d'origine qui sont concernées par ce texte. Art. 1.2.

[28] Art 9, 10 et 10 bis.

[29] Art. 1.1.

d'ailleurs révisé à plusieurs reprises) en 1958. Les pays signataires s'engagent alors à protéger juridiquement sur leurs territoires les dénominations des produits originaires des autres pays signataires, reconnues et protégées comme telles dans le pays d'origine[30], par une procédure d'enregistrement unique. Ce texte prévoit également une protection assez large contre toute usurpation ou imitation si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « façon », « imitation » ou similaires. Même si cette liste n'est pas exhaustive, elle permet néanmoins de constater la diversité des textes internationaux, mais également une confusion entre les différents systèmes de protection.

En outre, depuis l'institutionnalisation des IG au niveau international avec la signature de l'Accord sur les ADPIC en 1994, nombre d'États non-européens ont adopté un cadre réglementaire national en vue de la protection et de l'utilisation des noms des IG, dans l'objectif de valoriser leur patrimoine agricole, alimentaire et artisanal. L'Accord sur les ADPIC ne prévoit pas de procédure d'enregistrement mais propose un niveau de protection minimum pour tous les produits sous IG qui s'applique à tout produit[31] – à l'exception des vins et spiritueux[32]. Chaque pays membre de l'OMC est libre de choisir les mesures de protection appropriées pour son territoire[33], ce qui génère de vives controverses et, là encore, davantage de confusion. Schématiquement, et malgré la diversité des approches juridiques adoptées par différents pays (lois spécifiques sur les IG, loi sur les marques, loi sur la protection des consommateurs ou common law), les deux approches qui se confrontent lors des négociations internationales sont la protection des IG par les lois *sui generis* et la protection des IG par les lois des marques. On a tendance par

[30] « *Le pays d'origine est celui dont le nom, ou dans lequel est située la région ou la localité dont le nom constitue l'appellation d'origine qui a conféré sa notoriété au produit* » : BUHL (C.), *Le droit des noms géographiques*, Ed. Litec, Coll. du C.E.I.P.I, 1997, p 338.

[31] Art. 22 de l'Accord sur les ADPIC.

[32] Art. 23 de l'Accord sur les ADPIC. Cet Accord prévoit une protection additionnelle pour les vins et spiritueux qui élève leur niveau de protection à celui prévu par l'Arrangement de Lisbonne, en interdisant la traduction de dénominations géographiques et l'usage de mentions dites « délocalisantes » (« genre », « style », « imitation » et autres). Voir NGO (M.-A.), « La protection des indications géographiques : les enjeux du mandat de Doha », *Économie rurale*, Juillet-Octobre 2006, p. 117-123.

[33] Art. 1 §1 et 22 §2 de l'Accord sur les ADPIC.

ailleurs à opposer[34] d'une part, des pays de l'Ancien monde en faveur d'une protection spécifique aux IG, ou système *sui generis* et d'autre part, des pays du Nouveau monde menés par les États-Unis et l'Australie[35], en faveur d'une protection des IG par le régime des marques[36]. En tout état de cause, le choix du régime juridique a des répercussions tant sur la protection accordée que sur les droits des utilisateurs de l'IG[37].

Sui generis est un terme latin qui signifie « *de son propre genre* » et qui qualifie une situation singulière qui existe indépendamment des catégories déjà répertoriées[38]. L'IG représente un droit *sui generis* collectif. Dans le cadre de l'Union européenne, pour bénéficier d'une AOP ou IGP, une demande d'enregistrement doit être déposée par un groupement de producteurs auprès de la Commission européenne[39]. Cette demande doit être accompagnée d'un cahier des charges comprenant la dénomination et les méthodes de productions uniques en vue d'aboutir au niveau de qualité recherché. Une fois la dénomination enregistrée, son utilisation est réservée aux producteurs qui respectent ledit cahier des charges. L'IG est par ailleurs liée à un territoire local délimité et représente un droit incessible. Précurseur dans la définition et la protection des appellations d'origine, la France est finalement le premier pays à avoir adopté un système *sui generis* de protection des indications géographiques. Par cette protection *sui generis*, le nom géographique ne peut en principe plus être usurpé. Toute utilisation commerciale directe et indirecte d'une dénomination enregistrée dans les cas où la fausse indication de provenance renvoie à l'origine

[34] THEVENOD-MOTTET (E.),"The Protection of Geographical Indications in Multilateral Systems: A Cultural Clash", Communication au 1er colloque international du réseau DOLPHINS, Florence, Italie, 10-12 septembre 2001.

[35] Ces pays reconnaissent tout de même les IG mais avec une vision plus libérale et un assouplissement des règles de productions (AVA pour les Etats-Unis, DO pour le Chili).

[36] MARIE-VIVIEN (D.), *La protection des indications géographiques : France*, *Europe*, *Inde*, Ed. Quae, 2012, 240 p., p. 20 et s.

[37] FRANGUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, Thèse sous la direction de J. AUDIER, Université Aix Marseille, 2012, p. 297.

[38] ARANDA (N.), « *Le sui generis : un paradoxe pour la représentation du droit ? »,* in N. Nicod (sous la dir.), *Les affres de la qualification juridique*, Ed. Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, Toulouse, 2015. « *En droit de la propriété intellectuelle, cette expression est principalement utilisée pour indiquer une classification juridique indépendante d'autres catégories existantes, de par son caractère unique ou parce qu'en découle un droit ou une obligation* » : GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, Centre du Commerce International, 2009, p. xvi.

[39] L'enregistrement de l'IG reste l'outil juridique le plus utilisé. Il est toutefois possible que certains pays ne prévoient pas (Singapour), voire n'obligent pas une telle formalité (Inde, Lettonie). Source : https://www.origin-gi.com/fr/votre-kit-ig/infos-legales/item/4745-legal-systems-to-protect-geographical-indications-fr-fr-4.html

géographique enregistrée en utilisant des expressions telles que « type », « genre », « style », « façon », « imitation », « évocation », est interdite, même si la fausse indication de provenance mentionne la véritable origine géographique du produit. L'IG peut également être protégée par les lois sur les marques[40], sur la base d'une initiative privée. Cette protection peut se faire soit sous la forme d'une marque commerciale, d'une marque collective ou d'une marque de certification. Les opérateurs ont la possibilité d'utiliser les marques pour désigner un lieu d'origine, des méthodes de production et/ou des caractéristiques particulières en référençant une origine. Toutefois, l'enregistrement d'une marque avec un terme géographique ne permet en principe pas toujours d'empêcher les tiers d'utiliser ladite marque dans sa version traduite ou encore ne permet pas d'apporter une protection contre les utilisations d'un terme tel que « style », « genre », « type », associé à une référence géographique. Les indications géographiques font l'objet de nombreux débats sur la scène des négociations internationales, qui s'expliquent d'une part, par des considérations idéologiques et d'autre part, par des considérations culturelles et historiques[41]. Même après plus d'un siècle de négociations, cette tension sur le niveau de protection à accorder persiste et donne lieu à des textes abscons, des divergences sur la scène des négociations internationales et enfin, à des interprétations contradictoires entre le droit des AOP-IGP et le droit des marques. Quoiqu'il advienne, l'Union européenne s'efforce d'élargir la portée géographique de son modèle de protection à travers le monde via des accords bilatéraux[42] - faute

[40] L'article 15.1 de l'Accord sur les ADPIC définit la marque comme « *[T]out signe, ou toute combinaison de signes, propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises sera propre à constituer une marque de fabrique ou de commerce* ».

[41] BERNAULT (C.), COLLART DUTILLEUL (C.), « Articulation du droit national, communautaire et international des signes de qualité : l'approche européenne », Aspects juridiques de la valorisation des denrées alimentaires, Communication dans le cadre du Colloque du programme Lascaux « La valorisation des produits agricoles : approche juridique », à San Jose (Costa Rica) les 28 et 29 novembre 2010. Disponible en ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01081945/document

[42] Ces accords bilatéraux protègent près de 1 250 dénominations des pays tiers dans l'Union européenne. En retour, ce sont près de 40 000 AOP et IGP qui sont protégées dans les pays tiers : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_20_1602 A titre d'illustration, l'Union européenne et la Chine ont signé le 14 septembre 2020 un accord bilatéral visant à protéger 100 IG européennes en Chine (dont 26 françaises : Beaujolais, Bordeaux, Bourgogne, Champagne, Cognac, Pruneaux d'Agen, Comté, etc.) et 100 IG chinoises dans l'Union européenne contre les usurpations et les imitations. L'Union européenne et le Mexique ont aussi signé un accord le 28 avril 2020, qui vient protéger 340 IG européennes (dont 75 IG françaises : Roquefort, Comté, Champagne, Bordeaux, Bourgogne, etc.) et 14 appellations d'origine mexicaines. Source : https://www.origin-gi.com/fr/activites/dossiers-et-campagnes/231-a-niveau-international/5559-accords-bilateraux-plurilateraux.html

d'alternative - mais ces efforts ne peuvent aboutir sans un soutien international suffisant.

L'Union européenne prévoit l'enregistrement des AOP/IGP par voie de règlements, ce qui laisse peu de marge aux initiatives étatiques pour fixer le cadre général de cet enregistrement, et donc ses conditions de protection. C'est ce cadre juridique qui sera étudié eu égard aux règlements européens. Le régime des AOP/IGP se caractérise par une délimitation d'une zone géographique et une intervention importante de l'autorité publique qui enregistre l'AOP/IGP, fixe les critères de reconnaissance et contrôle leur utilisation. La protection géographique se divise en quatre grandes catégories de produits[43], à savoir : les produits agricoles et denrées alimentaires, les produits vitivinicoles, les boissons spiritueuses et les vins aromatisées enregistrés par les producteurs ou groupements de producteurs, conformément à la réglementation en vigueur[44]. Le droit européen accorde une protection très étendue, aussi bien civile que pénale, contre les utilisations pour désigner des produits similaires, mais aussi des produits différents ou services ayant pour effet d'affaiblir ou de détourner leur notoriété. Il y a peu, la Commission européenne avait initié des travaux de réflexion en vue d'une simplification et d'une harmonisation des réglementations existantes de l'Union européenne. Toute la difficulté pour la Commission résidait dans le fait de ne pas remettre en cause les équilibres acquis de la législation vitivinicole européenne (réforme OCM vitivinicole de 2008, réforme de la PAC de 2013) et de tenter de préserver les spécificités propres à chaque secteur. Les règles fondamentales sont désormais les mêmes pour chacune des catégories de produits (type de protection, exécution administrative des règles, rôle du cahier des charges, relations entre les IG et les marques, coexistence avec des dénominations homonymes, création d'un registre) alors qu'il existait auparavant des différences concrètes, notamment au niveau des aspects procéduraux. Ainsi, cette harmonisation révèle un parallélisme croissant entre les régimes applicables aux produits agricoles et denrées alimentaires, aux produits vitivinicoles, aux boissons spiritueuses et aux vins aromatisés.

[43] Une cinquième réglementation est en cours de préparation afin de promouvoir la protection des IG pour des produits manufacturés comme la Porcelaine de Limoges. YAMTHIEU (S.), « Représentativité des opérateurs et lieu de production des IGPIA », Propriété industrielle n° 5, Mai 2019, étude 12.

[44] Voir les extraits des quatre règlements européens relatifs aux AOP et IGP à l'Annexe 1.

Cent ans après sa création, le dispositif des appellations d'origine n'est pas exempt de critiques. En effet, des signaux de plus en plus forts suggèrent aujourd'hui que le système a atteint ses limites et est souvent remis en cause au nom d'un certain libéralisme[45]. Cette remise en question du modèle résulte de plusieurs facteurs.

Tout d'abord, le système de protection juridique manque parfois de lisibilité, avec une tendance à une multiplication et à une inflation des signes[46] (AOP, IGP, Label rouge, AB, certifications privées), proposés par différents types d'acteurs (groupements de producteurs, coopératives, distributeurs, collectivités locales, etc.) entraînant inévitablement une pollution de l'information pour les consommateurs. En outre, l'européanisation du système[47] vient semer davantage de confusion. A trop vouloir soutenir les producteurs locaux, les Etats - suivi de la Commission européenne - accordent aisément la protection des AOP – IGP qui est européenne, voire, dans une certaine mesure, internationale, alors que cette dernière est censée rester « exceptionnelle »[48]. A tel point qu'on assiste à une banalisation inexorable des appellations et qu'un vin sous IGP ou un vin de France peut aujourd'hui s'avérer de meilleure qualité qu'un vin sous AOC. Il arrive enfin que certaines appellations ne respectent pas les normes imposées et que la fraude ne soit pas rapportée. Une crédibilité mise à mal ?

D'autre part, la ligne de conduite peut paraître contraignante, notamment pour les producteurs qui souhaitent innover et donc avoir plus de liberté (utilisation d'innovations technologiques, expérimentation, etc.)[49]. Le respect de l'AOP implique de se conformer à une image et à des pratiques communes édictées dans un cahier des charges, ce qui vient finalement uniformiser le produit. Cela devient d'autant plus

[45] PAHPY (L.), « Comment rétablir la compétitivité de la viticulture française Les propositions de l'IREF », *Rapport de l'IREF (*Institut de recherches économiques et fiscales)*,* 15 novembre 2017, 29 p.

[46] D'après une enquête réalisée en 2016 auprès de 3 608 abonnés à la newsletter hebdomadaire de « Que choisir », l'AOC, l'AOP et l'IGP sont moins connues que la mention « Viandes de France » et les labels privés tels que « Saveur de l'année » et « Elu produit de l'année. Source : https://www.quechoisir.org/actualite-labels-alimentaires-infographie-vous-et-les-labels-alimentaires-n22229/. Voir aussi CHAMEROY (F.), *Les effets du label sur la qualité perçue, les relations à la marque et le consentement à payer*, sous la direction de J.-L. CHANDON, Aix Marseille Université, 2013, 478 p.

[47] L'européanisation est « *la substitution de critères et de procédés nationaux d'antant par des éléments communs fixés au niveau européen* » : GEORGOPOULOS (Th.), « L'européanisation de la notion juridique de terroir », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

[48] RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », Ing.-Cons, 2009, pp. 383 et s.

[49] CHAMBOLLE (C.), GIRAUD-HERAUD (E.), « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse », *Economie et Prévision 2003/3*, n°159, p. 83.

complexe avec l'émergence d'autres modèles d'organisation sur le marché, qui s'inscrivent dans des logiques techniques et économiques différentes. Ces modèles offrent en effet une alternative au consommateur toujours plus en quête d'authenticité et contraint les producteurs à repenser leurs stratégies.

Enfin, la lourdeur administrative du système est également montrée du doigt. Par ailleurs, le changement climatique questionne particulièrement la faculté d'adaptation des AOP à moduler leur cahier des charges pour continuer à garantir un produit identifiable par les consommateurs.

Ainsi, au vu du contexte international de plus en plus concurrentiel et de l'évolution du marché soumis aux aléas économiques, sociologiques, écologiques, voire sanitaires, on peut légitimement s'interroger quant à l'intérêt de poursuivre dans un système empirique, qui ne répond peut-être plus au niveau d'exigence initialement défini par les fondateurs de l'AOC. Cette référence, longtemps considérée comme un gage de qualité, mérite donc d'être mise en concurrence au regard des évolutions des modes de production et de consommation.

L'assurance de la qualité et de la typicité est un enjeu incontournable pour les producteurs européens, y compris français, si bien qu'une réappropriation du nom d'appellation par les producteurs permettrait de la repositionner en termes de qualité et d'identité en Europe et ainsi de mieux répondre aux attentes du marché. Mais à quelles conditions ?

Nombre de chercheurs se sont intéressés à l'avenir des AOP et IGP face à la concurrence internationale, en comparant les différents systèmes dans l'objectif de déterminer quelle approche répond le mieux aux besoins requis par tel ou tel pays (Chine[50], Inde[51], Viêtnam et Indonésie[52], Brésil[53]). Il est intéressant d'observer que si certains auteurs[54] encouragent la protection spécifique des IG, ou système dit *sui*

[50] SONG (X), *The Geographical Indications: the Transplantation of the French/ European Sui Generis Systems in China*, Thèse sous la direction de J. LARRIEU, Université Toulouse 1 Capitole, 2017, 493 p.

[51] MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international*, Thèse sous la direction de M.-A. HERMITTE, Paris, EHESS, 2010, 612 p.

[52] DURAND (C.), *L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam*, Thèse sous la direction de J.-M. TOUZARD, Montpellier SupAgro, 2016, 559 p.

[53] VITROLLES (D.), *La promotion de l'origine au Brésil*, Thèse de doctorat de Géographie, Aménagement et Urbanisme sous la direction de C. DELFOSSE, Université Lumière Lyon 2, 2011, 353 p.

[54] GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines,* préc. Voir aussi BEAUREGARD (G.), « Les

generis, d'autres s'en abstiennent[55]. La question ne se pose en revanche pas pour l'Union européenne, qui a clairement indiqué sa préférence pour un régime *sui generis* par opposition au système de marques. Elle n'exclut toutefois pas la possibilité d'utiliser le système de marques pour protéger et ajouter de la valeur aux produits sous AOP ou IGP, si bien que face à la concurrence mondiale, nous pouvons légitimement nous demander si les indications géographiques peuvent être mieux protégées et valorisées par ce système, notamment depuis la nouvelle réforme sur le droit des marques[56]. Cette interrogation est particulièrement pertinente dans la mesure où la protection des AOP et IGP est soumise au principe de territorialité alors même que le marché de ces produits est international. En outre, depuis peu, un groupement de producteurs de vins français, l'Union Viticole de Sancerre, syndicat de l'appellation Sancerre, dit ne plus se « reconnaître » dans le système actuel de droit public et cherche à s'affranchir du système traditionnel des AO pour s'orienter vers un système de marque de nature collective. Ils souhaiteraient en effet se « réapproprier » le nom d'appellation d'origine afin de pouvoir l'enregistrer à titre de marque privée[57]. C'est la raison pour laquelle il nous apparaît opportun d'étudier la question de la fin juridique de l'AO par une sortie collective du système européen. Le terme « sortie » utilisé dans cette étude correspond au mécanisme au terme duquel une dénomination enregistrée perd la protection spécifique accordée au niveau européen et est ainsi retirée du registre des AOP et IGP tenu par la Commission. Mais les producteurs peuvent-ils agir en dehors des AOP/IGP en jouant sur d'autres leviers, tels que les marques collectives, tout en valorisant le terroir ou le territoire local ? La question de la possibilité de s'affranchir - de manière collective - du système traditionnel des AOC n'a jamais été abordée par la doctrine, sans doute parce que cela n'est pas possible juridiquement, ni même viable économiquement. Il

---

indications géographiques au service de la communauté : les produits alimentaires », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, Vol. 20, n°1, 2008.

[55] HUGHES (J.), "The Spirited Debate Over Geographic Indications", *Law Review 2003*, 101 p. cité par DURAND (C.), *L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam,* préc.

[56] La réforme intitulée « Paquet Marques » fut adoptée par le Parlement européen le 15 décembre 2015. Elle a conduit à l'adoption, d'une part, de la Directive (UE) 2015/2436 du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques et, d'autre part, du Règlement (UE) 2015/2424 du 16 décembre 2015 modifiant le règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil sur la marque communautaire et le règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission européenne. Cette réforme a ensuite été transposée en droit français par l'Ordonnance n° 2019-1169 du 13 novembre 2019 et le Décret d'application n° 2019-1316 du 9 décembre 2019 a été publié au Journal officiel.

[57] Sources : https://www.vitisphere.com/index.php?mode=breve&id=79108&print=1

convient dès lors de préciser les termes choisis dans le cadre de notre étude. Le terme de réappropriation n'est pas en soi un terme juridique. Il est notamment utilisé dans le langage courant pour désigner le fait de s'approprier à nouveau quelque chose, de reprendre ce qui a été aliéné. Le concept d'« appropriation » tire ses origines du latin « *appropriato* » et signifie l'action de faire d'une chose sa propriété[58]. Enfin, le préfixe vient indiquer le retour au point de départ. Dans le cadre de notre étude, le retour au point de départ signifierait pour les producteurs « avant que la protection européenne ne soit accordée ». Mais est-il seulement possible de revenir en arrière et de poursuivre cette production typique tout en conservant le nom géographique ?

Une production sous AOP ou IGP est une production typique qui a été élaborée au fil du temps par une communauté d'individus, sur une zone géographique délimitée, avec un savoir-faire traditionnel et un terroir particulier. Il s'agit ici d'une véritable œuvre de création collective, qui s'est construite autour d'un nom géographique. L'AO bénéficie à toute la communauté d'individus dont elle émane et c'est d'ailleurs pour cette raison que son nom ne peut pas être octroyé à titre individuel. Mais à qui appartient le nom géographique ? L'AO est un signe distinctif qui fait l'objet d'un droit. Elle s'inscrit dans les droits de propriété intellectuelle mais ne semble pourtant pas faire l'objet de ce type de droit[59]. Il semblerait qu'il s'agisse d'une catégorie juridique à part entière[60] dans le sens où son régime juridique est différent des régimes avoisinants (marque, marque collective, brevet). Toutefois, cette qualification ne suffit pas à déterminer son statut juridique si spécifique[61]. En effet, ce signe est un bien collectif, ce qui n'est pas sans conséquences sur la nature juridique en question et son régime. Il s'agit d'un droit utilisé par une communauté d'opérateurs économiques suivant des règles communes fixées dans un référentiel de qualité. Par conséquent, même cent ans après la mise en place de son système, des questions toujours plus complexes liées à l'AO - notamment celle de la nature juridique et de son appartenance - méritent

[58] ROBERT (P.), Le Nouveau Petit Robert de la langue française, Paris, 2007, p. 123.
[59] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle*, *Tome 1*, Paris, LGDJ, 2ème Ed. Broché, 2009, pt 538 et s.
[60] La catégorie juridique se définit comme « *une classe dans laquelle on range des objets de même nature* » (ROBERT (P.), Le Petit Robert Dictionnaire, Paris, 1984, p. 266) et juridiquement comme un ensemble de situations factuelles soumises à un régime juridique commun (ROUBIER (P.), *Théorie générale du droit : histoire des doctrines juridiques et philosophie des valeurs sociales*, 2e éd, Paris, Sirey, 1951 aux pp 15–17).
[61] GEORGOPOULOS (Th.), « L'européanisation de la notion juridique de terroir », préc.

toujours une attention particulière. Cela est essentiellement dû au principe de territorialité des lois qui n'emploie pas cette notion de la même manière dans tous les pays du globe. En effet, la diversité, et donc la relativité des cultures, fait que les termes peuvent varier d'un pays à l'autre, que ce soit pour désigner le type de propriété intellectuelle ou consacrer leurs définitions[62]. Ainsi, le propriétaire peut varier selon les réglementations nationales et il peut ainsi s'agir soit de l'Etat, soit d'un groupement de producteurs. En tout état de cause, la question du détenteur légitime devra nécessairement être abordée dans le cadre de notre étude à travers le prisme du débat empirique sur le régime de propriété de l'AO puisque c'est de la nature juridique ou du droit qui lui est applicable que dépendra la possibilité de réappropriation. Cette démonstration est nécessaire pour déterminer les potentiels processus de sortie du système public actuel et de protection par un autre type de droit.

Notre travail permettra non seulement d'évaluer le système existant mais aussi et surtout de poser les conditions d'une potentielle réappropriation du nom de l'AO et d'en mesurer les conséquences sur le plan juridique. La première partie mettra ainsi en exergue les voies offertes d'une sortie juridique - si possible - unilatérale du système public des AO pour chacune des catégories de produits. Il s'agira ici de considérer l'extinction des droits des AOP et IGP (PREMIERE PARTIE). Une fois les barrières issues du droit européen mais également de la politique publique de qualité menée par la France soulevées, la deuxième partie permettra d'envisager la liberté de s'orienter vers une forme alternative de protection, celle des marques (SECONDE PARTIE).

[62] Par exemple, les *appellations of origin*, et plus particulièrement les *American Viticultural Areas* sont une forme particulière d'AO spécifiques aux vins aux Etats-Unis, dotée d'un régime bien plus souple. Les producteurs de vins américains ont adopté la démarche française avec des contraintes de production toutefois moins drastiques (absence de cahiers des charges, flexibilité dans le choix des cépages, absence de méthodes communes de vinification dans la zone concernée par l'appellation, absence de contrôle de l'autorité publique, etc.). Aussi, le régime de protection est différent de celui utilisé par l'Union européenne. BOZE (J.-C.), « L'*American Viticultural Area*, appellation d'origine imparfaite ? », *Cahiers de propriété intellectuelle*, Montréal, Vol. 16, n° 3, Mai 2004, p. 645-657. Ce sont deux conceptions complémentaires mais difficilement conciliables, comme le rappelle Caroline Le Goffic dans ses travaux en 2010. LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques en France, dans la Communauté européenne et aux États-Unis*, Thèse sous la direction de G.BONET, Université Panthéon-Assas, Paris 2, 2009, 403 p.

PARTIE 1
L'EXTINCTION DES DROITS DES AOP/IGP

Par définition, l'AOP ou l'IGP est un nom géographique servant à désigner un produit originaire du lieu géographique en cause. Elle peut être accordée aux produits agricoles et denrées alimentaires, aux produits vitivinicoles, aux boissons spiritueuses et aux vins aromatisés. Pour bénéficier de cette protection sur l'ensemble du territoire européen, une demande doit émaner d'un Etat membre, après reconnaissance de la dénomination dans son pays d'origine, et est instruite par la Commission européenne. Une fois acceptée, elle permet le bénéfice d'une protection juridique contre les imitations et les usurpations sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne et inscrit la dénomination sur le registre qui fait référence[63]. L'utilisation de ladite dénomination enregistrée devient alors exclusivement réservée aux producteurs, établis dans la zone délimitée concernée et qui respectent les conditions de production strictes, définies dans un cahier des charges. En d'autres termes, ce système semble leur offrir un monopole d'exploitation perpétuel du nom enregistré. Afin d'assurer en permanence la défense des AOP et IGP, la réglementation européenne confère aux Etats membres le soin d'agir et d'appliquer la protection *ex officio*[64], au nom de laquelle les pouvoirs publics peuvent intervenir sans autorisation préalable pour faire cesser les infractions constatées sur leur territoire. Qu'elles soient administratives ou judiciaires, des mesures doivent

[63] La Commission européenne inscrit les dénominations enregistrées des Etats membres et des pays tiers dans la base de données *e-Ambrosia* depuis le 1er avril 2019. Cette base regroupe l'ensemble des bases de données informatiques *DOOR* (Database of Origin and Registration) pour les produits agricoles et denrées alimentaires, *e-Bacchus* pour les produits vitivinicoles et *e-Spirit-Drinks* pour les spiritueux.

[64] Le règlement (UE) n°1151/2012 semble affirmer que « *les AOP et les IGP, quel que soit l'endroit où elles ont été produites, sont soumises à un système de protection ex officio, selon lequel tous les États membres sont chargés de contrôler les AOP et IGP enregistrées au niveau européen et commercialisées sur leur territoire* », DI LAURO (A.), « Les atouts et les incertitudes du règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires », in *Revue européenne de droit de la consommation*, 2014, 2, pp. 255-274. Voir aussi RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », *Revue de droit rural,* n°373, Mai 2009, étude 7.

nécessairement être prises[65] pour empêcher l'utilisation illicite du nom enregistré par des tiers[66]. Plus précisément, il incombe aux Etats membres de mettre en place des plans nationaux de contrôles pluriannuels et de définir un système de sanctions « effectives, proportionnées et dissuasives »[67] applicables aux infractions à la législation en la matière[68]. Même si l'ensemble de ces mesures permet d'assurer une protection[69] pour une durée indéterminée tant sur le territoire national que sur celui d'un autre État membre[70], il est toutefois possible que ce monopole d'exploitation du nom enregistré soit remis en question.

Dans cette partie, l'hypothèse de travail relève de la possibilité de concevoir juridiquement une sortie du système des AOP/IGP par la perte de la protection.

[65] L'Accord sur les ADPIC demande que des moyens juridiques de protection des indications géographiques soient mis en place. Les Etats sont libres de choisir le mode de protection qui peut se faire via différents outils juridiques, tels que les lois spécifiques sur les indications géographiques, la loi sur les marques, la loi sur la protection des consommateurs ou le *common law*. *Négociations, mise en œuvre et travaux du Conseil des ADPIC*, DOHA WTO MINISTERIAL 2001: Note d'information – Conseil des ADPIC. Voir SORGHO (Z.), *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce*, Thèse de Doctorat en études internationales, Québec, Canada, Université Laval, 2014.

[66] Art. 13 §3 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 16 du règlement d'exécution (UE) 2019/34 ; art. 43 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §4 du règlement (UE) n°251/2014.

[67] Art. 139 §1 du règlement (UE) n°2017/625 du Parlement européen et du Conseil du 15 mars 2017 concernant les contrôles officiels et les autres activités officielles servant à assurer le respect de la législation alimentaire et de la législation relative aux aliments pour animaux ainsi que des règles relatives à la santé et au bien-être des animaux, à la santé des végétaux et aux produits phytopharmaceutiques (JOUE L 95 du 07/04/2017, p. 1). Ce règlement a abrogé le règlement (CE) n°882/2004 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relatif aux contrôles officiels effectués pour s'assurer de la conformité avec la législation sur les aliments pour animaux et les denrées alimentaires et avec les dispositions relatives à la santé animale et au bien-être des animaux (*JOUE L 165 du 30.4.2004, p. 1–141)*. Selon le considérant 22 du règlement (UE) n°2017/625, un système de contrôle spécifique et bien établi existe déjà pour le secteur du vin. Par conséquent, « *le présent règlement ne devrait donc pas s'appliquer à la vérification de la conformité avec le règlement (UE) n°1308/2013 (…), sauf lorsque les contrôles réalisés en relation avec les normes de commercialisation du règlement (UE) n°1306/2013 (…) montrent de possibles cas de pratiques frauduleuses ou trompeuses* ».

[68] Aucun critère d'uniformisation en termes de contrôle n'est prévu par la réglementation européenne. La nature de ces sanctions, qu'elles soient civiles ou pénales, sont librement déterminées par le droit des Etats membres (mesures correctives, interdiction à la commercialisation, destruction des marchandises, dommages et intérêts ou autres). A titre d'illustration, la société Lidl a été condamnée par la CA à cesser, sous astreinte, l'utilisation du mot « Comté » pour la vente de son gruyère générique et à payer 60 000 euros à titre de dommages et intérêts au CIGC. CA Colmar, 8 décembre 2005 ; confirmé par Cass. Com., 23 octobre 2007, n°06-12022, *F-B, Société LIDL c/ CIGC* : Juris-Data n°2007-041057. En 2013, la CA a confirmé le jugement du TGI de Paris en date du 15 mars 2012 et a condamné la société Euralis Gastronomie à verser 30 000 euros de dommages-intérêts au CIVC en réparation du préjudice subi et 10 000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile, pour avoir vendu des « *conserves de pintade au Champagne* », de « *gigolette d'oie au Champagne* » et de « *foie gras de canard aux deux poivres et au Champagne* », portant ainsi atteinte à la notoriété de l'appellation Champagne. CA Paris, 15 mars 2013, n°12/07098, *SAS Euralis Gastronomie c/ CIVC*.

[69] Le niveau de protection conféré par la réglementation européenne est semblable à celui conféré par le droit français. LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, Ed. Litec, Coll. IRPI Droit des affaires, Vol. 37, Décembre 2010, 522 p., n°184 et s.

[70] *Minutes of the Round Table on Geographical Indications on « The ex officio protection »*, Con contributo Mipaaf D.M. 2032 del 07/04/2008, In collaboration with OriGIn, Brussels, 9 June 2009.

L’objectif de la démarche n’est pas ici de lister les possibilités de contester le système européen des AOP et IGP en place mais de vérifier dans quelle mesure une sortie du système peut être envisageable, voire souhaitable d’un point de vue juridique (Chapitre 1). Il conviendra ensuite d’analyser les conséquences qu’engendrerait une telle extinction des droits dans la mesure où les règlements existants de l’Union restent silencieux à cet égard (Chapitre 2).

CHAPITRE 1
La perte de la protection des AOP/IGP

Une fois son enregistrement effectif, la dénomination sous AOP ou IGP se voit accorder une protection absolue[71] contre toute utilisation commerciale directe ou indirecte du nom enregistré pour des produits comparables ou sur des produits profitant de sa réputation, toute usurpation du nom enregistré[72] et enfin tout dépôt à titre de marque. Cette protection confère des droits illimités dans le temps sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. Elle devient, par sa reconnaissance au niveau européen, perpétuelle et imprescriptible, contrairement à une marque qui revêt un caractère temporaire généralement reconnu à une propriété intellectuelle. Bien que l'AOP ou l'IGP bénéficie d'une telle protection, elle présente la particularité de pouvoir être retirée dudit registre par une procédure dite d'annulation, notamment lorsque le respect du cahier des charges correspondant n'est plus assuré. En effet, les règlements européens envisagent explicitement cette possibilité pour chacune des catégories de produits[73], faisant par là-même cesser toute protection (Section 1).

La protection peut également être mise en péril par voie de dégénérescence. Le caractère incessible et inaliénable de l'AOP ou de l'IGP est en principe renforcé par le fait qu'une fois établie, elle ne saurait, par définition, devenir générique[74] et

[71] « *Les appellations d'origine, dont la fonction est essentiellement de garantir la qualité des produits, fassent de plus en plus l'objet d'une protection absolue, au-delà de la spécialité. Cette solution paraît justifiée en raison non seulement de la fonction des appellations d'origine mais aussi de leur fréquente notoriété qu'il faut protéger contre tout parasitisme* » : BONET (G.), « La marque constituée par un nom géographique en droit français », *La Semaine Juridique Entreprise et Affaires n°50*, 13 décembre 1990, 15931, pp. 782-786.

[72] L'article 22 §2 de l'Accord sur les ADPIC demande à chaque État membre de l'OMC de mettre en place des moyens juridiques afin que la protection de toutes les indications géographiques soit possible. L'article 23 §1 de l'Accord sur les ADPIC, quant à lui, prévoit une forme de protection absolue en ce qui concerne les indications géographiques pour les vins et les spiritueux. Les parties intéressées peuvent empêcher l'enregistrement ou l'utilisation d'une indication enregistrée identifiant des vins ou des spiritueux pour des vins ou des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, même lorsque la véritable origine du produit est indiquée ou lorsque l'indication géographique est accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « style », « imitation » ou autres. Les indications géographiques pour les vins et les spiritueux doivent être protégées même si une utilisation abusive du nom d'une indication géographique n'induit pas le public en erreur.

[73] Art. 54 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art.106 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 32 du règlement (UE) 2019/787 et art. 25 du règlement (UE) n°251/2014.

[74] Art. 13 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 103 §3 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 21 §3 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §3 du règlement (UE) n°251/2014.

« tomber dans le domaine public »[75]. Autrement dit, la généricité du nom protégé ne peut être remise en question dès lors que l'enregistrement est effectif. Selon les textes européens en vigueur[76], une dénomination devenue générique est un nom de produit agricole ou de denrée agricole, de vin, de spiritueux, ou de produit vinicole aromatisé qui, *« bien qu'il se rapporte au lieu ou à la région où ce produit a été initialement élaboré ou commercialisé »,* est devenu le nom commun - usuel - d'un produit dans l'Union[77][78]. Il est ainsi possible qu'un processus de dégénérescence s'enclenche et que la dénomination enregistrée perde sa protection, alors même que celle-ci est censée être « absolue » (Section 2).

[75] Art. L 643-1 du C. rur. La règle européenne s'impose en droit français en raison du caractère contraignant de la réglementation de l'Union européenne et du caractère exclusif de son application.

[76] Le premier texte législatif a avoir envisagé la définition de la « dénomination devenue générique » était le règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE 24 juillet 1992) dans son article 3. Voir ROCHARD (D.), « De la difficulté de qualifier un terme de générique ! A propos de l'arrêt rendu par le Conseil d'Etat le 5 novembre 2003 (Synd.de défense et de promotion des fabricants et affineurs du Morbier et a., n°230438 et n°230796) », *Revue de droit rural*, n°12, Décembre 2004, étude 5.

[77] La réglementation européenne donne une définition similaire pour chacune des catégories. Art. 3 §6 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 101 §1 al. 2 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 3 §7 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 18 §1 al. 2 du règlement (UE) n°251/2014. L'Accord sur les ADPIC, référence au niveau international, aborde également la question, bien que le terme de généricité ne soit pas employé. Il définit toutefois la dénomination générique comme un « *terme usuel employé dans le langage courant comme un nom commun* » de produits ou services concernés (art. 24 §6). La définition de la généricité semble jouir d'une « *définition quasiment universelle* ». Voir l'analyse des différents cadres juridiques nationaux concernant les dénominations dites génériques : AUDIER (J.), « Génériques et semi-génériques », *Bull. OIV,* n°809-810, 1998, pp. 608-651. Selon J. AUDIER, une dénomination générique est « *un nom géographique, un signe ou une expression géographique […] qui a perdu sa signification géographique pour devenir la désignation d'un type de produit, un nom commun* ».

[78] Certaines législations nationales ne les définissent pas formellement. Dans le cadre de l'harmonisation des systèmes, la Commission européenne impose aux Etats membres de reconnaître les dénominations dites génériques (que ce soit de façon positive ou négative) dans leur législation relative aux dénominations géographiques. La législation française n'apporte par exemple aucune définition de la dénomination devenue générique. Mais une définition ressort toutefois « *très clairement, de façon négative, de jurisprudences [française] ayant affirmé [depuis le 19ème siècle] l'incompatibilité des catégories de termes génériques et d'appellations d'origine ou même d'indications de provenance* » : LE GOFFIC (C.) *La protection des indications géographiques en France, dans la Communauté européenne et aux États-Unis*, Thèse sous la direction de G.BONET, Université Panthéon-Assas, Paris 2, 2009, 403 p.

Section 1. La perte de la protection par l'annulation

Pour chacune des catégories, la réglementation européenne prévoit la possibilité pour tout intéressé de demander l'annulation d'une AOP ou IGP à la Commission européenne. Cette procédure n'a toutefois pas souvent été appliquée. A date, seules quinze indications géographiques protégées et appellations d'origine protégées ont été annulées[79]. Le non-usage de cette procédure peut s'expliquer, d'une part, par le caractère très récent de la disposition qui ne s'applique que dans le cadre de l'actuelle OCM et, d'autre part, à travers le caractère non-obligatoire de l'engagement de la procédure [80], ce qui par ailleurs interroge quant à l'intérêt d'introduire une telle demande. En principe, toute demande d'annulation est soumise, *mutatis mutandis*, à la procédure prévue pour la reconnaissance d'une dénomination[81]. Par conséquent, à l'instar de la procédure pour une demande d'enregistrement[82], les autorités publiques procèderont à l'évaluation du bien-fondé de la demande (§1), et à l'examen de sa recevabilité (§2) tant au niveau national qu'au niveau européen.

---

[79] Voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 1 - §2 – A – 2. Aujourd'hui, aucune donnée n'est fournie quant aux demandes d'annulation ou aux annulations effectives des AOP et IGP sur la base de données *e-Ambrosia.* Les données fournies dans notre étude proviennent donc uniquement des anciennes bases de données informatiques. Il reste désormais que le site de l'Union européenne qui peut fournir ces informations avec une recherche approfondie sur les règlements d'exécution, ce qui ne rend pas forcément les informations très accessibles.

[80] Avant l'adoption du règlement (UE) n°1151/2012 pour les produits agricoles et denrées alimentaires, seul le règlement (CE) n°479/2008 portant organisation commune du marché vitivinicole prévoyait que l'annulation était une possibilité.

[81] Le règlement d'exécution (UE) n°668/2014 de la Commission du 13 juin 2014 portant modalités d'application du règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits et aux denrées (*JOUE L 179 du 19.6.2014, p. 36–61)*, le règlement délégué (UE) 2019/33 et le règlement d'exécution (UE) 2019/34 pour les produits vitivinicoles et le règlement d'exécution (UE) n°716/2013 de la Commission du 25 juillet 2013 portant modalités d'application du règlement (CE) n°110/2008 du Parlement européen et du Conseil concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses (*JOUE L 201 du 26.7.2013, p. 21–30)* viennent apporter des précisions détaillées quant au bien-fondé et à l'examen de la recevabilité de la demande d'annulation. En ce qui concerne les produits vinicoles aromatisés, les dispositions du règlement (CE) n°122/94 de la Commission du 25 janvier 1994 portant certaines modalités d'application du règlement (CEE) n°1601/91 du Conseil établissant les règles générales relatives à la définition, à la désignation et à la présentation des vins aromatisés, des boissons aromatisées à base de vin et des cocktails aromatisés de produits vitivinicoles (JOCE L 21 du 26.1.1994, p. 7) ont été intégrées dans le règlement (UE) n°251/2014 par souci de clarté.

[82] Sur la question du partage du pouvoir d'attribution d'une AO entre les Etats et la Commission européenne, voir DUBOS (O.), « Les pouvoirs de la Commission dans l'attribution des appellations d'origine : la co-administration au service de la qualité », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

§1. Le fondement de la demande

Il revient à la Commission européenne[83] de constater, dans le cadre d'une demande d'annulation, le non-respect des règles pour chaque catégorie de produits. La réglementation européenne prévoit deux types de motifs d'annulation (A). Plus surprenant, elle prévoit que la Commission européenne puisse procéder à une annulation suite au dépôt d'une demande collective de la part des producteurs du produit commercialisé sous ladite dénomination. Il semblerait alors qu'une simple démarche collective puisse suffire (B).

A. Les motifs d'annulation

La réglementation européenne prévoit la possibilité d'annuler un enregistrement si la Commission européenne estime que le respect des conditions fixées au cahier des charges d'une dénomination enregistrée n'est plus assuré (1) ou si aucun produit n'a été mis sur le marché pendant au moins sept ans (2).

1. Le non-respect du cahier des charges

Plus une appellation d'origine protégée est réputée, plus elle fera l'objet d'usurpation ou d'imitation. Le nombre d'infractions sur l'ensemble du territoire européen, même émanant de producteurs français, n'est pas en soi un motif d'annulation pour non-respect du cahier des charges. Suite aux remontrances faites par les organismes de contrôle des autres Etats et de la Commission, l'Etat membre en cause doit confirmer qu'il a procédé aux investigations nécessaires pour vérifier

[83] Le règlement (CE) n°479/2008 reprend pour l'essentiel le premier règlement datant de 1992 mais diffère en ce qu'il met fin au contrôle organisé par les Etats membres et confie à la Commission un véritable contrôle de fond de la validité des appellations d'origine et des indications géographiques protégées. La raison profonde de cette évolution pour le secteur vitivinicole est qu'il existe une règle de droit international de l'OMC qui indique qu'il faut respecter le principe du « *traitement national* » (art. 3 du GATT de 1994 du 15 avril 1994, 1869 R.T.N.U. 426 (entrée en vigueur : 1er janvier 1995), art. 17 de l'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) et art. 3 de l'Accord sur les ADPIC. Cela signifie qu'avant 2008, des dénominations américaines, australiennes, néozélandaises ou autres pouvaient être enregistrées sans le moindre contrôle au niveau européen, ce qui aurait entériné toutes sortes de pratiques disparates mettant à mal le système européen des indications géographiques.

qu'il y avait bien une infraction et non une « impression d'infraction », et qu'il a imposé des sanctions effectives, dissuasives et proportionnées[84] aux contrevenants. Le fait qu'il y ait des infractions constatées à la suite de plaintes ou d'oppositions ne change rien. Cela serait plus grave en revanche si sur X infractions constatées, l'Etat membre décidait d'en « tolérer » quelques-unes. Cela signifierait que même si l'appellation d'origine est protégée au niveau européen, ces quelques dénominations ne correspondant pas au cahier des charges circuleraient *a fortiori* librement sur le territoire de l'Etat d'origine, alors que la Commission doit assurer ladite protection avec le concours et la volonté de l'Etat membre. La constatation d'un grand nombre d'infractions peut effectivement poser problème mais cela ne signifie pas pour autant que le cahier des charges n'est pas respecté.

L'expression « *non-respect du cahier des charges* » peut être difficile à appréhender surtout lorsque l'annulation est demandée pour une dénomination exploitée par plusieurs producteurs. Tout producteur s'engage individuellement à respecter les conditions fixées par un cahier des charges contraignant[85] pour bénéficier d'une dénomination géographique et peut décider, par la suite, de ne plus s'y conformer. Toutefois, un manquement du cahier des charges n'enclenche pas, derechef, la procédure de l'annulation de l'enregistrement de l'appellation d'origine prévue par les réglementations européennes, même si ce dernier est répétitif et habituel. La Commission ne peut annuler une dénomination du fait d'un comportement isolé, l'objectif n'étant pas de sanctionner l'ensemble de la communauté. La question devient en revanche plus complexe lorsqu'il s'agit d'un non-respect récurrent des exigences fixées au cahier des charges par un nombre important de producteurs, voire par l'ensemble de la communauté. Mais là encore, il

[84] Art. 139 §1 du règlement (UE) n°2017/625.

[85] La Commission doit vérifier que le cahier des charges qui accompagne une demande d'enregistrement en appellation d'origine ou indication géographique protégée soit conforme aux exigences du règlement. Autrement dit, le cahier des charges doit contenir les éléments exigés et ces éléments ne doivent pas être entachés d'erreur manifeste. CJCE, 2 juillet 2009, *Bavaria NV et Bavaria Italia Srl c/ Bayerischer Brauerbund eV*, aff. C-343/07 (ECLI:EU:C:2009:415) (« Bavaria ») qui renvoie à l'arrêt de la CJCE du 6 décembre 2001, *Carl Kühne e.a.*, aff. C-269/99 (ECLI:EU:C:2001:659). Pour pouvoir bénéficier d'une appellation d'origine ou indication géographique protégée, un produit doit être conforme au cahier des charges défini par l'article 7 du règlement (UE) n°1151/2012 pour les produits agricoles ou denrées alimentaires, par l'article 94 du règlement (UE) n°1308/2013 pour les produits vitivinicoles, par l'article 22 du règlement (UE) 2019/787 pour les boissons spiritueuses et par l'article 10 du règlement (UE) n°251/2014 pour les produits vinicoles aromatisés. Voir ROBBE (F.), « Les cahiers des charges des signes de qualité : élaboration et contrôle », *Revue de droit rural*, n° 436, Octobre 2015, dossier 15.

semblerait que cela ne remette pas en cause l'enregistrement de l'appellation d'origine. Lorsqu'une situation de dérive généralisée de la mise en œuvre du programme de la certification par les opérateurs habilités est constatée, les autorités compétentes peuvent prononcer une sanction « de groupe » telle que le retrait de la certification à l'ensemble des opérateurs produisant sous appellation d'origine. Cela ne remet toutefois pas en cause la validité de cette dernière. Il semblerait alors, dans cette hypothèse, qu'il faille dissocier ce sur quoi porte le droit, à savoir le nom géographique qui est réservé et la manière dont les opérateurs l'utilisent.

Le non-respect du cahier des charges est par conséquent un fait individuel qui, dans le cadre de la procédure d'annulation, doit être d'une telle ampleur que les comportements individuels auraient une conséquence collective généralisée auprès de l'ensemble des producteurs. Il s'agit d'un passage d'une non-conformité individuelle à une conséquence sur un droit collectif, ce qui est pour le moins surprenant. Il est toutefois possible qu'un opérateur isolé ne respectant pas les conditions fixées au cahier des charges représente une part majoritaire de la production de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique protégée alors que les autres opérateurs de ladite zone ne représenteraient qu'une partie infime de la production[86]. Dans cette hypothèse, des opérateurs pourraient être injustement sanctionnés alors qu'ils respectaient les conditions fixées au cahier des charges de l'appellation annulée. Il existe en outre des cas où un seul producteur est actif dans l'aire géographique délimitée, si bien qu'une violation du cahier des charges de manière répétée et intentionnelle de sa part constituerait une altération de l'ensemble de la production de l'appellation d'origine protégée[87].

Pour annuler une appellation d'origine, il faudrait que la Commission considère que la totalité des opérateurs ne respectent pas le cahier des charges, ce qui semble difficile à appréhender. Or, il lui est impossible d'affirmer qu'aucun

[86] *La Romanée-Saint-Vivant* dans la région viticole Côte de Nuits en Bourgogne a comme plus gros propriétaire le domaine de la Romanée-Conti avec 5,30 ha sur 9,44 ha de l'appellation. A noter que certains 1er crus sont également en quasi-monopole comme les *Cros-Parantoux* exploité à plus de deux tiers par le domaine Rouget, *Au-dessus des Malconsort*par le domaine Remoriquet avec 58 ares sur les 1.08 ha de l'appellation, *En Orveaux* par le domaine Mongeard-Mugneret avec 1.08 ha sur les 1.80 ha de l'appellation.

[87] Il existe quelques prestigieux exemples de Grands Crus « monopoles » à Vosne-Romanée dans la région viticole Côte de Nuits en Bourgogne. Ainsi *La Romanée-Conti* et *La Tâche* sont exploités en monopole par le Domaine de la Romanée-Conti, *La Romanée* par la famille du Compte Liger-Belair et *La Grande Rue* par le Domaine François Lamarche. En ce qui concerne les 1er Crus, le C*los des Réas* est un monopole du domaine Michel Gros.

producteur ne respecte le cahier des charges. Mais le débat ne semble pas porter exclusivement sur l'unicité ou la pluralité des opérateurs de la zone géographique concernée mais également sur le sérieux des contrôles effectués par les autorités des Etats membres. L'Etat membre doit en effet s'assurer du contrôle du respect des cahiers des charges et, le cas échéant, sanctionner les contrevenants[88] si bien que la question de l'annulation ne se poserait pas. Les sanctions en cas de fraudes doivent être proportionnées et suffisamment dissuasives à terme, notamment en cas de récidive et/ou comportement intentionnel. Certains producteurs peuvent en effet voir un intérêt à ne pas respecter le cahier des charges tout en s'acquittant d'éventuelles amendes mineures et dans cette hypothèse, la situation se perpétuerait indéfiniment. Sans doute l'intention du législateur était de prévoir le cas d'une impossibilité technique de production. Une annulation deviendrait alors inéluctable dans le secteur agroalimentaire à la suite, par exemple, de l'extinction d'une race de vache qui était la race de vache unique prévue au cahier des charges et donnant des caractéristiques spécifiques au produit. Face à cette extinction de race de vache, les producteurs ne pourraient plus respecter le cahier des charges et ne seraient plus en mesure de produire le lait du fromage donné reconnu en appellation d'origine. En revanche, si la seule race mentionnée dans le cahier des charges l'était sur la base de la situation *de facto* au sein de l'aire géographique, mais que le lien n'était pas dû à la spécificité de ladite race mais à des facteurs distincts (par exemple flore spécifique destinée à l'alimentation animale et savoir-faire particulier), il suffirait en cas d'extinction de ladite race de simplement modifier ledit cahier des charges afin d'autoriser d'autres races animales[89]. Une annulation deviendrait également inéluctable dans le secteur viticole si, par exemple, des micro-territoires étaient

[88] Un opérateur ne peut faire usage du signe pour identifier et commercialiser ses produits que s'il se conforme aux exigences fixées au cahier des charges et se soumet aux contrôles. Art. 37 du règlement (UE) n°1151/2012. En droit interne, le cahier des charges doit comporter un plan de contrôle ou un plan d'inspection (comprenant une liste de sanctions en cas de manquement aux obligations fixées par le cahier des charges : Art. L 642-2 du C. rur.). Il peut également instituer des obligations déclaratives et imposer la tenue de registres à toute personne intervenant dans les conditions de production, de transformation ou de conditionnement des produits (art. L 642-1 du C. rur.).

[89] Art. 53 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 105 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 31 du règlement (UE) 2019/787 pour les boissons spiritueuses et art. 24 du règlement n°251/2014. En droit interne, une demande de modification d'un cahier des charges d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée est soumise pour approbation au comité national compétent de l'Institut national de l'origine et de la qualité et est soumise à une procédure nationale d'opposition (art. R 641-20-1 du C. rur.). LEBEL (Ch.), « La modification des dispositions réglementaires des produits agricoles et alimentaires par le décret n°2010-899 du 30 juillet 2010 », *Revue de droit rural*, n°386, Octobre 2010, alerte 119. Voir sur la question de la mise en œuvre de la procédure d'opposition : LAVIALLE (C.), « L'opposition à la délimitation d'une appellation d'origine viticole ne saurait être diluée », *Revue de droit rural*, n°424, Juin 2014, comm. 130.

devenus des parkings ou des centres commerciaux après la mise en retraite ou le décès de l'unique producteur du vignoble[90] ou si, en Bourgogne, un cépage tel que le pinot noir était atteint d'une maladie incurable et que tous les plants de vigne étaient décimés. Là encore, les producteurs ne pourraient plus respecter les conditions fixées au cahier des charges et sa substitution forcée altèrerait le lien invoqué avec le terroir[91]. Certaines dénominations enregistrées peuvent ne plus correspondre à la réalité. Une annulation pourrait donc être envisagée si les éléments prévus au cahier des charges d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée sont sensiblement altérés et selon que l'altération est ou non provisoire en cas de circonstances exceptionnelles ou en cas de force majeure. Un accident nucléaire de faible portée rendrait par exemple impossible la production de vins dans la région pendant un certain nombre d'années mais une fois l'altération atténuée, la production pourrait reprendre[92]. Il n'est alors pas nécessaire d'annuler la protection, sous peine de faire tomber le nom dans le domaine public ou de voir enregistrer une marque homonyme[93] ou de fantaisie[94]. Le nouveau règlement délégué 2019/33 est toutefois venu préciser que « *le respect du cahier des charges est considéré également comme n'étant pas garanti lorsqu'aucun produit bénéficiant de la dénomination*

[90] Cette hypothèse est aussi plausible pour le secteur des produits agro-alimentaires. Ici, on pourrait aussi envisager une demande d'annulation en invoquant l'absence de commercialisation pendant plus de sept ans.

[91] Pour une étude approfondie sur le terroir, voir GEORGELIN (C.), *Fonction identitaire et protection juridique du « Terroir » : Etude des rapports entre les sciences du vin et le droit vitivinicole*, Thèse sous la direction de GEORGOPOULOS (Th.), Reims, URCA, 2017, 406 p.

[92] Cinq ans après l'accident du réacteur de Fukushima-Daiichi, la Commission européenne simplifie l'importation de denrées alimentaires en provenance du Japon. Par exemple, l'échantillonnage et l'analyse du thé et du soja produits à Fukushima ne sont plus imposés. Règlement d'exécution (UE) n°2016/6 de la Commission du 5 janvier 2016 imposant des conditions particulières à l'importation de denrées alimentaires et d'aliments pour animaux originaires ou en provenance du Japon à la suite de l'accident survenu à la centrale nucléaire de Fukushima, et abrogeant le règlement d'exécution (UE) n°322/2014 (JOUE L 3 du 6.1.2016, p. 5–15).

[93] Une marque est dite homonyme lorsqu'elle possède le même nom qu'une autre, mais ayant des déposants distincts dans différents secteurs d'activité (exemple : coexistence des marques « *Mont blanc* » pour des desserts et des stylos ; « Chesterfield » pour des cigarettes et des collants ; « Hermès » pour des produits de luxe et pour des machines à écrire ; « Mazda » pour des automobiles et des piles). Voir aussi LEBEL (C.), « Champagne Henriot : lorsque l'homonymie est conforme à l'article L. 713-6 du Code de la propriété intellectuelle », *Revue de droit rural*, n°395, Août 2011, comm. 107 ; LE STANC (C.), « Homonymie et droits antérieurs », *Propriété industrielle*, n°3, Mars 2017, repère 3.

[94] Une marque est dite de fantaisie quand son sens initial n'est pas rattaché au produit (exemple : la sauce Béarnaise, le Paris-Brest, la glace d'Alaska, la pizza Roma, la crème Chantilly, le parfum Fidji, le vêtement Voodoo (PICOD (F.), « La marque Voodoo est distinctive… », *La Semaine Juridique Edition Générale,* n°48, 24 Novembre 2014, 1224), les services d'hôtellerie et de restauration Byblos (TREFIGNY (P.), « Byblos, grande cité phénicienne, et marque bien valable ! », *Propriété industrielle,* n°6, Juin 2004, comm. 53), etc.

protégée n'a été placé sur le marché pendant au moins sept années consécutives »[95].

En tout état de cause, cette disposition doit être interprétée de manière structurelle et permanente. Autrement dit, si le respect du cahier des charges n'est plus assuré, soit la prescription contraignante devra être retirée en modifiant le cahier des charges, tout en veillant à ce que le produit commercialisé reste sain à la consommation, soit la dénomination enregistrée devra être annulée, les producteurs ne pouvant plus continuer à prétendre à cette dernière.

2. L'absence de commercialisation du produit pendant sept ans

Seul le règlement (UE) n°1151/2012 prévoit que la Commission peut annuler un enregistrement lorsqu'aucun produit n'a été mis sur le marché pendant au moins sept ans. Cette condition est surprenante puisque les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées sont en principe illimitées dans le temps tant que le produit est conforme au cahier des charges [96] . Les dénominations ne devraient pas être annulées en raison de la situation économique du marché puisque même s'ils ne peuvent plus être mis en circulation sur le marché, ces produits peuvent toujours être conformes aux exigences du cahier des charges.
Cela dépendra ainsi du cas concret. La conception du défaut de production pendant sept ans semble être reliée à une sorte de contagion du rôle de la propriété intellectuelle sur les appellations d'origine, où, de leur caractère permanent, cela signifierait finalement qu'on ne peut pas conserver un droit sur quelque chose que l'on n'exploite pas. A titre d'illustration, le risque de déchéance d'une marque aux Etats-Unis peut intervenir au bout de cinq ans si le titulaire de la marque en question ne fournit pas à l'Office américain des marques (U.S.P.T.O.) une déclaration d'usage

[95] Art. 20 du règlement délégué (UE) 2019/33 de la Commission du 17 octobre 2018 complétant le règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les demandes de protection des appellations d'origine, des indications géographiques et des mentions traditionnelles dans le secteur vitivinicole, la procédure d'opposition, les restrictions d'utilisation, les modifications du cahier des charges, l'annulation de la protection, l'étiquetage et la présentation (JOUE L 9 du 11.1.2019, p. 2–45)..

[96] Art. 6 de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des Appellations d'Origine et leur enregistrement international du 31 octobre 1958 [Révisé en dernier lieu à Stockholm le 14 juillet 1967, et modifié le 28 septembre 1979] (entrée en vigueur : 26 avril 1970). : « *une appellation admise à la protection dans un des pays de l'Union particulière, suivant la procédure prévue à l'article 5, n'y pourra être considérée comme devenue générique, aussi longtemps qu'elle se trouve protégée comme appellation d'origine dans le pays d'origine* ».

dans un délai d'un an à compter du cinquième anniversaire de l'enregistrement. Faute de déclaration, sa marque est déchue d'office pour défaut d'usage. Ce serait finalement une sorte de contagion de la perception du droit de la propriété intellectuelle où les droits indus ne peuvent pas être conservés.

En tout état de cause, depuis peu, la Commission procède à des recensements annuels[97] auprès de l'autorité publique pour les produits agroalimentaires n'étant plus sur le marché depuis au moins sept ans, non seulement dans un souci de garantie pour le consommateur mais également dans un souci d'actualisation de ses données devenues obsolètes [98] . Cette mise à jour du registre, plus statistique que contraignant, est nécessaire pour une meilleure négociation d'accords bilatéraux entre l'Union européenne et les Etats tiers puisqu'elle demande systématiquement la protection d'une longue liste d'indications géographiques dans chaque accord de libre-échange négocié. Ce registre constitue, en effet, un moyen privilégié pour la protection des indications géographiques au-delà des frontières. Par exemple, l'Union européenne et le Maroc sont récemment parvenus à un accord sur la protection mutuelle de leurs indications géographiques[99]. Cet accord vise également à favoriser et à stimuler les échanges commerciaux de produits agricoles et de denrées alimentaires produits sur les deux territoires.

L'accord vise à protéger la liste des indications géographiques européennes au Maroc, soit environ 3 200 noms pour les produits agricoles, produits agricoles transformés, vins, spiritueux et vins aromatisés enregistrés au niveau européen à la date du 9 janvier 2013 ainsi que la liste des indications géographiques marocaines

[97] La référence au défaut d'exploitation pendant sept ans n'existait pas antérieurement au règlement (UE) n°1151/2012. A ce jour, la Commission européenne n'a alors procédé qu'à deux recensements, selon l'INAO. Jusqu'à présent, la question ne semblait pas se poser pour le secteur viticole mais le nouveau règlement délégué (UE) 2019/33 est venu préciser qu'une absence de commercialisation d'au moins sept ans peut être un motif d'annulation, les conditions du cahier des charges n'étant dès lors plus respectées.

[98] Par exemple, l'accord sur les AOC-IGP entre l'Union européenne et la Suisse, intégré dans l'accord bilatéral sur les échanges de produits agricoles et entré en vigueur le 1er décembre 2011, protège 24 dénominations AOC et IGP suisses sur le marché de l'Union européenne contre plus de 800 AOP-IGP européennes sur le marché helvétique.

Pour les accords en vigueur ou en négociation entre l'Union européenne et ses partenaires commerciaux, voir : http://www.origin-gi.com/fr/activites/dossiers-et-campagnes/item/6713-les-accords-de-l-ue-qui-touchent-aux-ig.html. Voir également à ce titre la base de données E-Bacchus, qui comporte la liste des indications géographiques et appellations d'origine de pays tiers protégées dans l'Union européenne en application d'accords bilatéraux sur le commerce des vins conclus entre celle-ci et les pays tiers concernés : http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=searchPThirdgis&language=FR

[99] Le texte de l'accord a été paraphé au niveau des négociateurs en chef. Il devrait être soumis à l'approbation du Conseil et du Parlement européen ainsi que des autorités législatives marocaines, avant son entrée en vigueur définitive.

dans l'Union européenne, soit environ une trentaine d'appellations pour les produits agricoles, produits agricoles transformés et vins enregistrés au Maroc. Lors de ses négociations avec des pays tiers, l'Union européenne procède à un échange de liste et en règle générale, demande la protection de l'ensemble des indications géographiques européennes. Il y a donc parfois une asymétrie évidente, comme ce fut le cas lors des précédentes négociations avec le Maroc.

Ainsi, la procédure d'annulation permet à la Commission de tenir à jour le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées et de jouer le rôle de gardienne des produits du terroir en assurant une protection étendue des indications géographiques au sein de l'Union européenne et une promotion efficace de celles-ci à l'extérieur de ses frontières.

Mais encore faut-il que la Commission soit informée de la disparition des indications géographiques en temps réel. En France, le premier recensement des signes d'origine et de qualité a été réalisé en 2002 par le Conseil Economique et Social, à la demande du ministère de l'Agriculture[100]. Notons d'ailleurs que les recensements agricoles sont des enquêtes décennales[101].

B. Une demande collective

En cas de commercialisation d'un produit enregistré sous appellation d'origine ou indication géographique protégée, le règlement (UE) n°1151/2012 précise que la Commission peut, à la demande des producteurs du produit concerné, annuler l'enregistrement correspondant. Au-delà de ce qui est prévu dans l'initiative de la Commission européenne, les producteurs ne sont pas obligés de maintenir la protection réalisée au niveau européen. Il existe une autonomie possible de la demande par les producteurs. Autrement dit, si les producteurs d'un produit mis sur le marché ne souhaitent plus être répertoriés au registre tenu par la Commission et ainsi ne plus bénéficier de la protection européenne, et ce, peu importe le motif de la demande (contrôles conséquents, utilisation d'une marque individuelle et/ou

[100] BIZET (J.), « Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale », Rapport de mission parlementaire auprès du Premier Ministre, Juin 2005, 150 p. Disponible en ligne : https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/064000198.pdf.

[101] A propos des recensements agricoles et enquêtes structures des exploitations : http://agreste.agriculture.gouv.fr/enquetes/structure-des-exploitations-964/a-propos-des-recensements/

collective), ils pourront alors demander l'annulation de l'enregistrement de la dénomination enregistrée.

La demande d'annulation ne peut *a priori*, dans cette hypothèse, être déposée que par un groupement[102] qui est défini par le règlement européen comme « *toute association principalement composée de producteurs ou de transformateurs concernés par le même produit, quelle que soit sa forme juridique* »[103]. La démarche doit être collective. Mais à l'instar d'une demande d'enregistrement, une telle demande peut exceptionnellement émaner d'une seule personne si certaines conditions sont remplies même si la Commission souhaite, de manière générale, qu'il s'agisse d'une démarche collective. La réglementation européenne précise qu'une personne physique ou morale peut agir comme un groupement, sous réserve qu'il s'agisse du seul producteur de l'aire géographique délimitée à présenter une telle demande[104] et que l'aire en question ou les produits présentés à l'enregistrement diffèrent de ceux qui les environnent[105]. L'idée n'est pas d'interdire cette possibilité à un producteur unique mais le niveau de protection est tellement élevé[106] qu'il ne peut représenter les intérêts d'une seule et unique personne. D'autres opérateurs peuvent, en effet, toujours commercialiser sous la dénomination enregistrée s'ils respectent les exigences fixées au cahier des charges du produit concerné[107].

---

[102] « *Les textes européens font des groupements de producteurs les « maîtres d'ouvrage » de la rédaction des cahiers des charges et plus généralement de la création d'un signe de qualité* ». ROBBE (F.), « Le cahier des charges, support juridique des signes de qualité », *Revue de droit rural,* n°396, Octobre 2011, dossier 18.

[103] Art. 5 du règlement (CEE) n°2081/92 du conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE L 208 du 24.7.1992, p. 1–8) : « *toute organisation, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition, de producteurs ou de transformateurs concernés par le même produit agricole ou par la même denrée alimentaire »*

[104] Comme ce fut le cas pour la la société Scottish & Newcastle Plc, seule productrice de la bière bénéficiant de l'IGP « *Newcastle Brown Ale* » (Publication d'une demande d'annulation : JOUE n°C 280 du 18 novembre 2006). A titre d'illustration, en France, le domaine « Château Grillet », unique producteur de vins sous appellation « Château-Grillet », pourrait éventuellement introduire une demande d'annulation ; il en est de même pour le domaine de la Romanée-Conti qui pourrait aussi demander l'annulation des appellations *La Romanée-Conti* et *La Tâche,* exploités elles aussi en monopole.

[105] Art. 49 du règlement (UE) n°1151/2012.

[106] La réglementation européenne sur les indications géographiques confère aux pouvoirs publics le soin d'agir et d'appliquer la protection *ex officio*. Autrement dit, chaque Etat doit prendre les mesures administratives ou judiciaires nécessaires pour empêcher toute usurpation des IG avec, pour l'essentiel, la mise en place de plans nationaux de contrôles pluriannuels des indications géographiques. Art. 13 §3 du règlement (UE) n°1151/2012. DI LAURO (A.), « Les atouts et les incertitudes du règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualités applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires », art. cit.

[107] FRANGUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, Thèse sous la direction de J. AUDIER, Université Aix Marseille, 2012, 395 p.

Lorsqu'une aire géographique transfrontalière est concernée, plusieurs groupements peuvent intervenir. Une démarche collective est donc nécessaire pour prétendre à l'annulation dans ce cas de figure.
La réglementation européenne n'exige toutefois pas que la demande émane du groupement de producteurs initial, demandeur de l'enregistrement de l'AOP ou IGP. Il se peut en effet que le groupement initial, demandeur de l'enregistrement, disparaisse, soit en liquidation, soit en dissolution. Il peut aussi exister une structure concurrente mieux représentative des producteurs. La réglementation européenne n'exige pas, non plus, que ce soit une structure organisée avec un statut juridique particulier (comme en France, en Italie ou en Espagne, où la filière est organisée avec des syndicats de défense et nombre d'autres organisations importantes).

Si une demande d'annulation est introduite par une partie des producteurs de la zone géographique concernée, l'autre partie pourra toujours faire valoir ses droits dans le cadre de la procédure nationale d'opposition. Pour rappel, la procédure d'annulation se caractérise par deux étapes : l'une au niveau national, conduite par les autorités de l'Etat membre où se situe la zone géographique concernée, l'autre au niveau européen, conduite par la Commission européenne. Si elle remplit toutes les conditions requises, la demande d'annulation est rendue publique et peut faire l'objet d'une procédure d'opposition. Mais à supposer que cette opposition n'aboutisse pas, la partie lésée ne pourra pas attaquer le règlement annulant l'enregistrement de l'AOP ou IGP en invoquant une violation des « *garanties procédurales* » qui constitue la procédure d'opposition, dans la mesure où elles « *relèvent de la seule responsabilité des Etats membres et n'impliquent l'exercice d'aucun pouvoir d'appréciation de la part de la Commission* ». Le juge européen a d'ailleurs précisé qu'il *« n'est pas compétent pour statuer sur la légalité d'un acte pris par une autorité nationale, même si l'acte en cause s'insère dans le cadre d'un processus d'adoption d'une réglementation communautaire, dès lors qu'il résulte clairement de la répartition des compétences opérée dans le domaine considéré, entre les autorités nationales et les institutions communautaires, que l'acte pris par*

l'autorité nationale lie l'instance communautaire de réglementation et détermine, par conséquent, les termes de la réglementation communautaire à intervenir »[108].

Outre la procédure nationale d'opposition, deux autres possibilités s'offrent aux producteurs. La première consiste à utiliser des « *prête-noms* » pour intenter un recours en annulation, ce qui semble être devenue pratique habituelle. Certains producteurs sollicitent des sociétés basées dans des pays tiers qui ont le droit de s'opposer directement sans passer par le truchement de leur gouvernement. Ainsi, en ce qui concerne une demande de modification du cahier des charges de l'appellation d'origine protégée grecque « Καλαμάτα »[109] (Kalamata)[110] pour de l'huile d'olive, la Commission avait reçu cinq oppositions de la part de la Suisse, l'Egypte, la Norvège, le Royaume-Uni et le Danemark[111]. Pour les représenter, ces opposants avaient désigné le même avocat que celui des producteurs qui avaient fait opposition et qui avaient été déboutés de leur demande au niveau national. L'Italie semble ici avoir fait « indirectement » une nouvelle fois opposition[112]. Il est visiblement question ici d'un abus de procédure. Autrement dit, faire de l'opposition au niveau européen une sorte d' « opposition en appel ». En tout état de cause, la Commission européenne a approuvé la modification du cahier des charges de l'AOP

[108] TPICE, 9 novembre 1999, *CSR Pampryl c/ Commission*, aff. T-114/99 (ECLI:EU:T:1999:281), pts 50 à 59 ; TPICE, 30 janvier 2001, *La Conqueste c/ Commission*, aff. T-215/00 (ECLI:EU:T:2001:23), pts 48 à 50 ; CJCE, 30 janvier 2002, *La Conqueste SCEA c/ Commission des Communautés européennes,* aff. C-151/01 P (ECLI: ECLI:EU:C:2002:62) (« *Canard à foie gras du Sud-Ouest* »), pt 47. Voir aussi SIMON (D.), MARIATTE (F.), RITLENG (D.), *Contentieux de l'Union européenne : Annulation, exception d'illégalité*, Broché, 2011, 390 p.

[109] Règlement (CE) nº1065/97 de la Commission du 12 juin 1997 complétant l'annexe du règlement (CE) nº1107/96 de la Commission relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) nº2081/92 (JOCE L 156 du 13.6.1997, p. 5-6).

[110] Publication d'une demande de modification en application de l'article 6 §2 du règlement (CE) n°510/2006 du Conseil relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (2012/C 186/10).

[111] La société Nectra Food SA pour la Suisse, la société Far Trading CO. pour l'Egypte, la société Oluf Lorentzen AS. pour la Norvège et la société Carl B.Feldthusen pour le Danemark. Aucune information n'est donnée concernant le Royaume-Uni. Règlement d'exécution (UE) 2015/1393 de la Commission du 13 août 2015 approuvant une modification non mineure du cahier des charges d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Καλαμάτα (Kalamata) (AOP)] (JOUE L 215 du 14.8.2015, p. 38–41), pt 4.

[112] Conformément à l'article 7 §2 du règlement (CE) n°510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 [abrogeant le Règlement (CEE) n°2081/92], relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOUE nº L 093 du 31 mars 2006), les personnes morales établies dans un État membre ne peuvent pas déposer une déclaration d'opposition directement auprès de la Commission (remplacé par l'article 51 §1 al. 2, du règlement (UE) n°1151/2012). Les demandes ont été jugées recevables, excepté celle du Danemark. Une consultation à l'amiable a ensuite été prévue entre les demandeurs et les opposants afin de trouver un accord. Aucun accord n'ayant été conclu dans les délais impartis, la Commission a approuvé la modification du cahier des charges (art. 1 du règlement d'exécution (UE) 2015/1393).

« Καλαμάτα » (Kalamata). La seconde possibilité consiste, elle, à demander à la Cour de justice d'annuler un acte. Le Traité de Lisbonne accorde désormais un droit de recours en annulation aux particuliers, soit à des personnes physiques ou morales, contre les actes réglementaires les concernant ou les affectant directement et ne comportant pas de mesure d'exécution[113]. Ainsi, dans une autre affaire, la Commission a reçu trois demandes d'opposition émanant du Portugal, du Royaume-Uni et de la compagnie Fresh Gourmet Catering LLC établie à Dubaï, dans les Émirats arabes unis, concernant l'enregistrement d'un produit artisanal italien « *Focaccia di Recco col formaggio* » comme IGP[114]. Ces opposants étaient clients distributeurs d'une société italienne située dans la zone géographique délimitée et commercialisaient ledit produit sous forme surgelée. Là encore, le doute est légitime. Dès que la Commission a jugé l'ensemble de ces demandes irrecevables et a enregistré la dénomination comme IGP, la société italienne Proforec Srl a formé un recours en annulation contre le règlement d'exécution (UE) 2015/39 de la Commission du 13 janvier 2015 [115] . Ce recours a tout de même été jugé irrecevable[116] pour défaut d'intérêt à agir sans avoir examiné les autres conditions de recevabilité du recours.

§2. La procédure de l'examen de la recevabilité

Si la demande d'annulation d'une appellation d'origine paraît aisée, il n'en est pas de même pour l'aboutissement de cette démarche. Pour être recevable, une demande d'annulation doit indiquer clairement l'AOP ou IGP pour laquelle une annulation est demandée, l'identité et les coordonnées de l'auteur de la demande (A), une déclaration expliquant l'intérêt légitime de l'auteur de la demande, les

[113] Art. 263 TFUE (ex article 230 TCE). Les conditions de recevabilité du recours en annulation introduits par les particuliers ont été assouplies par le Traité de Lisbonne. Ils n'ont plus désormais à démontrer qu'ils sont individuellement concernés par cet acte. VAN MEERBEECK (J.), VAN WAEYENBERGE (A.), « Les conditions de recevabilité des recours introduits par les particuliers : Au cœur du dédale européen », in *Les innovations du Traité de Lisbonne – Incidences pour le praticien*, Bruylant, 2011, pp. 165-204.

[114] Publication d'une demande d'enregistrement en application de l'article 50, paragraphe 2, point a), du règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires (2013/C 155/05)

[115] (JOUE L 8 du 14.1.2015, p. 7–9).

[116] TUE, 21 janvier 2016, *Proforec Srl c/ Commission européenne*, aff. T-120/15 (ECLI:EU:T:2016:50). Suite à cette décision, la société italienne Proforec Srl a demandé l'annulation de l'ordonnance du TUE du 21 janvier 2016. Mais son pourvoi a également été rejeté par une ordonnance de la Cour le 6 avril 2017 (CJUE, 6 avril 2017, *Proforec Srl c/ Commission européenne*, aff. C-176/16 P (ECLI:EU:C:2017:290).

raisons et la justification de l'auteur de la demande d'annulation ainsi qu'une motivation détaillée de l'annulation (B).

A. L'auteur de la demande d'annulation

Les règlements de l'Union prévoient que l'enregistrement d'une appellation d'origine ou indication géographique protégée peut être annulé à l'initiative de la Commission européenne ou à la demande d'un Etat membre ou d'un pays tiers (1). Ils prévoient également cette possibilité à tout intéressé, y compris aux producteurs du produit commercialisé sous la ou les dénominations enregistrées, de saisir la Commission à cette fin (2).

1. L'engagement de la procédure par les institutions européenne et nationale

a) L'annulation par la Commission européenne

La Commission européenne peut, de sa propre initiative, retirer la protection accordée à une dénomination si elle estime que le cahier des charges correspondant n'est plus assuré ou lorsqu'aucun produit du secteur agroalimentaire n'a été mis sur le marché pendant au moins sept ans[117]. Elle n'a cependant jamais eu recours à cette procédure. L'intervention directe de la Commission susciterait en effet peu d'intérêt sauf peut-être de procéder à l'annulation formelle d'une appellation abandonnée en vue de remettre à jour ses registres. Les initiatives de la Commission se trouvent également limitées en ce que la procédure ne peut concerner les dénominations devenues génériques. Le caractère générique d'un nom géographique constitue un obstacle rédhibitoire *ex ante* à un enregistrement en tant qu'appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée[118], si bien que la question de l'annulation ne se poserait donc pas. En outre, si le caractère non-

[117] Art. 54 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art.106 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 32 §1 du règlement (UE) 2019/787 et art. 25 du règlement (UE) n°251/2014.

[118] Art. 6 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 101 §1 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 21 §3 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §3 du règlement (UE) n°251/2014. V. CJCE, 2 juillet 2009, *Bavaria*, préc., pt 107 : « *le lien direct entre l'origine géographique du produit et une qualité déterminée de ce produit, sa réputation ou une autre caractéristique, attribuable à ladite origine, a disparu, la dénomination ne faisant plus que décrire un genre ou un type de produits* ». Voir LE GOFFIC (C.), « Dégénérescence des indications géographiques : où situer le point de non-retour ? », *Revue de droit rural,* n°424, Juin 2014, étude 11.

générique est établi lors de la demande d'enregistrement, le nom géographique peut être enregistré et ne pourra devenir subséquemment générique. Les textes juridiques nationaux[119], européens[120] et internationaux[121] prévoient en effet explicitement qu'une dénomination enregistrée ne peut pas devenir générique et qu'il est en principe de la responsabilité de la Commission à travers la conclusion d'accords bilatéraux[122] et des Etats membres par la mise en place de mesures nécessaires[123] de s'opposer à toute dégénérescence et de lutter contre ce processus.

La possibilité pour la Commission d'annuler de sa propre initiative est, de surcroît, pour le moins étonnante puisque c'est bien aux Etats membres qu'il incombe de vérifier que les conditions fixées aux cahiers des charges pour les produits ayant droit à une appellation d'origine sont respectées en désignant les autorités compétentes en matière de contrôle[124]. Mais la Commission européenne semble conserver cette « arme *post factum* »[125] pour s'assurer que les Etats membres assument leur responsabilité et qu'ils ne dissimulent pas volontairement un manquement grave à leurs obligations à des fins politiques ou autres. C'est l'apparition du principe de subsidiarité, par ailleurs essentiel au droit de l'Union, qui permet qu'une décision soit prise au niveau central lorsqu'un Etat membre n'apporte

[119] Art. L 643-1 du C. rur. : « *L'appellation d'origine ne peut jamais être considérée comme présentant un caractère générique et tomber dans le domaine public* ».

[120] Art. 13 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 103 §3 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 21 §3 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §3 du règlement (UE) n°251/2014.

[121] L'article 24 §6 de l'Accord sur les ADPIC relatives aux indications géographiques n'exigent pas qu'un Membre protège une indication géographique d'un autre Membre si cette indication est *« identique au terme usuel employé dans le langage courant comme nom commun* » des produits ou services considérés, c'est-à-dire qu'elle est devenue un terme générique qui désigne ces produits ou services dans la langue locale.

[122] Bon nombre d'accords bilatéraux ont été conclus tels que l'Accord entre la Communauté européenne et le Canada relatif au commerce des vins et des boissons spiritueuses (JOCE L 35 du 6.2.2004, p. 3-99), Accord entre la Communauté européenne et les États-Unis mexicains concernant la reconnaissance mutuelle et la protection des dénominations dans le secteur des boissons spiritueuses (JOCE L 152 du 11.6.1997, p. 16-26), etc.

[123] LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit.,* n°764 : « *Dans les systèmes communautaires et français, cette protection est d'autant plus efficace qu'elle peut être mise en œuvre d'office par les Etats* ».

[124] Art. 36 et 37 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 146 du règlement (UE) n°1308/2013 et art. 38 du règlement (UE) 2019/787 et art. 22 et 23 du règlement (UE) 251/2014. (Ces autorités doivent garantir l'efficacité, l'impartialité, la qualité et la cohérence des contrôles selon le règlement (UE) n°2017/625). Certains pays ont fait le choix de déléguer le contrôle à des organismes de contrôle public ou privés, tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Autriche, la Slovaquie, etc. EUIPO, *Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States*, Décembre 2017, 405 p. Disponible en ligne : https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/Enforcement_of_GIs/EUIPO_Geographical_Indications_full_report_en.pdf. En France, le respect des conditions du cahier des charges par les opérateurs économiques est contrôlé par un organisme de contrôle, soit un organisme certificateur, soit un organisme d'inspection. Art. L 642-1 et s du C. rur.

[125] TALLON (A.), *Les appellations d'origine*, Ed. Lacier, Coll. Concurrence et pratiques du marché, Bruxelles, 2015, 322 p.

pas ou ne peut apporter de solutions efficaces, évitant ainsi des décisions contradictoires ou des distorsions sur le marché. Cette possibilité permet ainsi à la Commission de procéder à l'annulation d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique protégée après la constatation par voie indirecte d'une grave défaillance (plainte d'un opérateur d'un autre Etat membre ou d'un pays tiers, observations lors d'un audit des inspecteurs de l'Union européenne, etc.). Cette disposition récente semble finalement être un moyen de dissuasion pour contraindre les Etats membres ou, le cas échéant, les pays tiers à assurer le respect de la réglementation de l'Union, sous peine de sanction à travers la perte de la protection au niveau européen de l'une de leurs appellations[126]. On peut d'ailleurs être tenté de croire que cette sanction s'inscrit dans une logique de renforcement de la crédibilité du système, pour finalement porter la protection des IG au niveau international.

b) La demande d'annulation par les Etats membres ou pays tiers

La demande d'annulation peut émaner d'un Etat membre ou d'un Etat tiers[127], ce qui n'est pas explicitement prévu pour les produits agricoles et denrées alimentaires ou les boissons spiritueuses. Cette possibilité n'est toutefois pas exclue pour les produits vinicoles aromatisés, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'il s'agisse de produits issus du secteur vitivinicole visés dans le règlement (UE) n°1308/2013 qui ont été aromatisés[128].

Les Etats membres prennent peu d'initiative à demander l'annulation d'une AOP ou IGP, sans doute dans un souci de prestige national mais également pour préserver

[126] Rappelons que la Commission a également la possibilité d'agir en justice pour sanctionner un Etat membre qui aurait manqué à ses obligations. CJCE, 26 février 2008, *Commission c/ Allemagne*, aff. C-132/05 (ECLI:EU:C:2008:117) (« *Parmesan ») :* dans cette affaire, la Commission avait déposé une requête devant la CJCE et reprochait à l'Allemagne de ne pas avoir pris les mesures nécessaires pour sanctionner la commercialisation sur son territoire de produits dénommés « *Parmesan* » qui ne correspondaient pas au cahier des charges de l'appellation d'origine protégée « *Parmigiano Reggiano* ». Le recours de la Commission a été rejeté. La Cour de justice rappelle que « *l'article 10, paragraphe 4, du règlement n°2081/92, en prévoyant que «lorsque les services de contrôle désignés et/ou les organismes privés d'un État membre constatent qu'un produit agricole ou une denrée alimentaire portant une dénomination protégée originaire de son État membre ne répond pas aux exigences du cahier des charges, ils prennent les mesures nécessaires pour assurer le respect du présent règlement. […]», indique que les services de contrôle désignés et/ou les organismes privés d'un État membre sont ceux de l'État membre d'où provient l'AOP* » (cons. 75). Elle considère en effet que les structures de contrôle sur lesquelles repose l'obligation d'assurer le respect du cahier des charges des AOP sont celles de l'Etat membre d'où provient l'AOP en cause. Le contrôle du respect du cahier des charges lors de l'utilisation de l'AOP « *Parmigiano Reggiano* » ne relève donc pas des services de contrôle allemands (cons. 78).

[127] Art. 106 du règlement (UE) n°1308/2013 et art. 25 du règlement (UE) n°251/2014.

[128] Art. 3 §1 du règlement (UE) n°251/2014.

les relations diplomatiques au sein de l'Union européenne. Ce ne sont pas les pays qui ont une grande tradition en matière d'appellation d'origine, comme la France[129], qui saisissent la Commission européenne mais plutôt des nouveaux entrants comme la Slovaquie[130]. D'autre part, on voit difficilement l'intérêt qu'aurait un Etat à annuler une dénomination sachant qu'il dispose lui-même de moyens juridiques pour sanctionner le manquement au respect du cahier des charges. En cas de manquement grave, l'INAO pourrait, par exemple, retirer l'habilitation pour l'appellation d'origine contrôlée aux producteurs de vins français. Ces derniers feraient des vins de France et l'appellation pourrait ainsi subsister[131].

En outre, les dénominations « en cascade » constituent un problème majeur en France. Un producteur peut en effet décider de déclasser son vin pour des raisons de marketing, soit pour commercialiser des cuvées non-conformes aux exigences minimums fixées par le cahier des charges de la dénomination enregistrée, soit pour éviter de nuire à sa réputation. Le repli intentionnel d'une appellation d'origine dans une catégorie inférieure, à ne pas confondre avec le « déclassement » qui est la perte du droit à l'appellation[132], est tout à fait possible[133], bien que rarissime du fait de lourdes conséquences financières. Ainsi, un producteur estimant que son vin enregistré « *Haut-Médoc* », « *Graves* », « *Côtes de Castillon* », ou « *Saint-Emilion* » ne présente pas le niveau qualitatif suffisant qu'il souhaite, peut l'étiqueter comme

[129] Pendant de nombreuses décennies, le concept d'une « *appellation d'origine contrôlée* » a été une spécificité française et que c'est sous l'impulsion de la France que le règlement européen a été adopté en juillet 1992 propulsant ainsi ce droit au sommet de la pyramide des normes de protection de l'origine et de la qualité.

[130] La Slovaquie a saisi la Commission européenne pour demander l'annulation des IGP tchécoslovaques « *Jihočeská Zlatá Niva* » *et* « *Jihočeská Niva* ». Ses demandes ont été rejetées faute de motifs d'annulation. Décision d'exécution de la Commission du 18 novembre 2014 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [*Jihočeská Zlatá Niva* (IGP)] [notifiée sous le n° C(2014) 8425], JOUE 20 novembre, n° L 333 ; Décision d'exécution de la Commission du 17 novembre 2014 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [*Jihočeská Niva* (IGP)] [notifiée sous le n° C(2014) 8391], JOUE 20 novembre, n° L 333, p. 24–25.

[131] En tout état de cause, le droit français n'impose que des sanctions aux opérateurs habilités violant le cahier des charges laissant, de ce fait, subsister l'appellation concernée.

[132] « *Le repli est une substitution d'appellation* ». BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole,* Féret Bordeaux et LexisNexis Paris, 2e éd., 2010.

[133] L'article L 644-7 du Code rural et de la pêche maritime dispose que « *Tout vin bénéficiant d'une appellation d'origine peut être commercialisé sous l'appellation la plus générale à laquelle il peut prétendre d'après les usages locaux, loyaux et constants, sous réserve que cette appellation soit inscrite dans les registres vitivinicoles au sens de la réglementation de l'Union européenne en vigueur* ».

« *Bordeaux* » ou « *Bordeaux-supérieur* »[134], qui sont des appellations plus larges que celle à laquelle il aurait pu prétendre[135]. Le consommateur peut, par conséquent, acheter sans le savoir, un vin produit selon les exigences du cahier des charges d'une appellation prestigieuse mais vendu sous l'étiquette d'une appellation plus générale. Le déclassement, fait tout aussi rarissime, peut également être possible, soit par décision du producteur ou du négociant, soit par décision de l'autorité publique. De toute évidence, les contrôles sont effectués par les Etats membres dans lesquels la production a eu lieu conformément au cahier des charges. Ils ont donc, par principe, le devoir d'informer la Commission de tout changement de situation[136]. Mais le risque de faire subsister une appellation à des fins politiques ou autres existe, d'où l'intérêt de l'initiative conférée à la Commission européenne.

La procédure d'annulation semble avoir été mise en place pour éviter le maintien abusif des appellations d'origine et des indications géographiques protégées. Elle a finalement pour objectif de contraindre les Etats membres ou, le cas échéant, les pays tiers, à prendre régulièrement les mesures nécessaires pour faire cesser les utilisations illicites d'appellation d'origine ou d'indication géographiques protégées. Cette procédure semble toutefois pouvoir être préjudiciable au système d'enregistrement de l'Union puisque chaque Etat a ses propres structures (autorité publique, organisme de certification des produits) et a un système de contrôles différent, même si ceux-ci s'effectuent toujours dans le cadre juridique commun de l'Union européenne[137]. Toute la difficulté réside ainsi dans le

---

[134] ROUDIE (P.), « Les appellations du vignoble bordelais », in *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, Tome 39, Fasc. 1, pp. 5-34, Toulouse, 1968.

[135] « *En cas d'AOC pouvant entrer dans le système du repli, l'habilitation d'un opérateur pour une appellation vaut habilitation de cet opérateur pour les appellations de rangs inférieurs* ». Voir INAO, Recueil des orientations du Conseil des Agréments et Contrôles de l'Institut National de l'Origine et de la Qualité en date du 26 novembre 2015. Au travers de sa Commission permanente (Groupe de Travail « *Repli et Hiérarchisation* »), l'INAO cherche à sécuriser les pratiques actuelles du repli. Voir par exemple INAO, Commission permanente du Comité National des Appellations d'Origine relatives aux vins et aux boissons alcoolisées, et des eaux-de-vie, Séance du 7 juin 2016, 2016-CP300. Pour l'appellation d'origine « Champagne », voir INAO, Commission permanente du Comité National des Appellations d'Origine relatives aux vins et aux boissons alcoolisées, et des eaux-de-vie, Séance du 8 Juin 2015, 2015-CP500.

[136] Mais l'obligation imposée par les règlements de l'Union européenne relatifs aux Indications géographiques d'informer expressément la Commission européenne des plans de contrôle officiel des IG et des résultats afférents dans des parties distinctes du plan de contrôle national pluriannuel (PCNP) et des rapports annuels correspondants sur la sécurité des denrées alimentaires et des aliments pour animaux, au titre du règlement (CE) n°882/2004, n'est pas toujours intégralement respectée par le Etats membres. EUIPO, *Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States,* préc.

[137] NGO (M.-A.), *La qualité et la sécurité des produits agroalimentaires*, L'Harmattan, 2006.

fait que tous les Etats n'ont pas la même approche. C'est pour cette raison qu'aujourd'hui, il n'existe pas de critères uniformes en termes de sanctions pour le non-respect du cahier des charges. Néanmoins, une subsidiarité est nécessaire puisque chaque cahier des charges est différent. Si dans le cahier des charges d'une huile d'olive, c'est l'union de la variété locale absolument unique qui prime et que cette variété n'est pas disponible en grande quantité, il est normal de concentrer les efforts sur l'approvisionnement de cette dernière pour éviter des mélanges douteux. En revanche, s'il s'agit d'une question plutôt liée au microclimat et que le terme de variété n'est pas vraiment stratégique, il est alors normal de concentrer les efforts sur d'autres aspects du référentiel de qualité.

Toutefois, en ce qui concerne les sanctions, la Commission européenne essaie, autant que faire se peut, de rappeler que le règlement (UE) n°2017/625 précise que ces infractions doivent faire l'objet de mesures effectives, dissuasives et proportionnées au niveau national dans l'ensemble de la Communauté. La Commission laisse ainsi les Etats membres agir de leur propre chef. Cette grande marge de liberté laissée aux Etats membres s'explique par le fait qu'il existe toute une série de critères que seules les instances locales peuvent connaître : la notion de bonne foi, le côté intentionnel, le problème de la répétition de l'infraction, etc. L'autorité nationale compétente peut alors sanctionner différemment une infraction réalisée par un petit producteur travaillant seul sur son exploitation qui ignorait une règle et celle réalisée par un producteur d'une exploitation sous appellation d'origine qui bénéficie d'un système de défense via un consortio ou consejo, avec son service technique, financier, juridique, etc. Malgré cette subsidiarité nécessaire, les produits peuvent par conséquent être soumis à des contrôles plus ou moins stricts selon la protection accordée par les Etats et les ressources appropriées, ce qui a une incidence directe sur la qualité. Un produit de qualité inférieure peut alors continuer de bénéficier de la protection européenne. Au final, la Commission européenne ne semble pouvoir s'en remettre qu'à la bonne foi des Etats membres ou pays tiers.

2. La demande d'annulation par toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime

Les demandes d'annulation ont pour l'essentiel été déposées[138] soit par le producteur unique exploitant de la dénomination, soit par un groupement ayant demandé l'enregistrement. L'annulation d'une AOP ou IGP suppose l'annulation d'un acte administratif qui entraînerait des conséquences dommageables pour le ou les auteurs de la demande. Un groupement de producteurs qui commercialise des produits bénéficiant d'une AOP ou IGP se retrouverait, en effet, privé de la protection exclusive européenne. Les motifs avancés pour quitter le système public doivent, par conséquent, être suffisamment graves et sérieux pour que cette demande soit acceptée.

Les quinze indications géographiques qui ont été supprimées du registre tenu par la Commission européenne concernaient des bières, des eaux minérales, du riz, de la viande et une boisson fermentée[139]. En ce qui concerne l'IGP « *Newcastle Brown Ale* » pour une bière anglaise[140], la société Scottish & Newcastle Plc, opérateur unique, a souhaité renoncer à cette dénomination. Pour des raisons économiques et logistiques, elle a décidé de fermer la brasserie de Newcastle en 2005 et d'étendre la production au-delà de l'aire géographique délimitée par le cahier des charges en achetant une autre brasserie afin de mieux répondre à la demande. Le cahier des charges n'était alors plus respecté puisque le lien causal entre ledit produit et la nouvelle aire géographique n'était plus établi. Aucun autre producteur ne pouvait en outre prétendre à utiliser cette dénomination puisque la société demanderesse était l'unique détentrice de la liste des ingrédients tenus secrets et

[138] Une demande d'annulation est établie conformément au modèle à l'annexe IX du règlement d'exécution (UE) n°668/2014 (art. 11) pour les produits agricoles et denrées alimentaires ou à l'annexe IV du règlement (UE) n°716/2013 (art. 18) pour les boissons spiritueuses. L'annexe V du règlement (CE) n°607/2009 de la Commission du 14 juillet 2009 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole (JOUE L 193 du 24.7.2009, p. 60–139) pour les produits vitivinicoles a été abrogé par le règlement d'exécution (UE) n°670/2011 de la Commission du 12 juillet 2011 modifiant le règlement (CE) n°607/2009 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole (JOUE L 183 du 13.7.2011, p. 6–13).

[139] Voir le tableau récapitulatif des annulations d'enregistrement d'AOP/IGP figurant à l'Annexe 3.

[140] Publication d'une demande d'annulation : JOUE n°C 280 du 18 novembre 2006. Voir Annexe 3 - Cas n°1.

qu'elle ne souhaitait en aucun cas la divulguer. La Commission a procédé à l'annulation de l'enregistrement de ladite dénomination [141] et cette décision d'annulation est critiquable à de nombreux égards. Tout d'abord, l'IGP « *Newcastle Brown Ale* » n'aurait probablement jamais du être enregistrée. Une AOP ou IGP ne peut faire l'objet d'une appropriation privative par un opérateur au détriment des autres[142]. Ce principe vaut même si l'indication géographique ne bénéficie qu'à un producteur isolé dans le sens où plusieurs producteurs pourraient être légitimes à l'appellation[143] si les terres qui fondent cette indication étaient divisées. En l'espèce, la marque déposée « *Newcastle Brown Ale* » a été enregistrée comme IGP dans le registre européen à la condition que la Société Scottish & Newcastle Plc n'empêche pas les autres producteurs de la zone délimitée, qui produisent conformément au cahier des charges enregistré, d'utiliser l'indication géographique protégée[144]. La société a cependant intégré dans le cahier des charges des ingrédients tenus secrets. Le caractère secret ou plus précisément, la réservation d'un savoir-faire est incompatible avec le principe même d'une AOP ou IGP puisque, d'une part, le savoir-faire semble être précisé dans le cahier des charges[145] qui est en outre accessible au public et d'autre part, comme indiqué précédemment, une indication géographique

[141] Règlement (CE) n° 952/2007 de la Commission du 9 août 2007 annulant l'enregistrement d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Newcastle Brown Ale (IGP)] (JOUE L 210 du 10.8.2007, p. 26–27).

[142] Cass. Com., 1er décembre 1987, n°86-11.328, « *Romanée-Conti* », JCP 1988, II, 21081, note E. AGOSTINI : la Cour de cassation avait confirmé l'annulation des marques « *Romanée-Conti* » et « *Domaine de la Romanée-Conti* » compte tenu de l'existence d'une appellation d'origine contrôlée (peu important la validité antérieure de ces dernières) et alors même qu'une seule personne pouvait en bénéficier. Voir POLLAUD-DULIAN (F.), *Droit de la propriété industrielle*, Domat Droit privé, Montchrestien, 1999, n°1559 ; BOUVEL (A.*), Principe de spécialité et signes distinctifs*, Litec, Paris, 2004, 403 p.

[143] CA Paris, 28 novembre 1985, D. 1987, somm. comm. p. 56, obs. J.-J. BURST : le propriétaire exclusif du cru *Romanée-Conti* ne pouvait alors se prévaloir du monopole de l'appellation en la déposant comme marque sans porter atteinte aux droits des autres producteurs et ce, même si l'appellation couvrait l'intégralité de sa parcelle. La Cour d'appel a annulé les marques « *Romanée-Conti appellation Romanée-Conti contrôlée* » et « *Domaine Romanée-Conti* » au motif que « *l'appartenance à un unique propriétaire de l'aire de production du Romanée-Conti ne rend pas pour autant appropriable par une seule personne une appellation d'origine sur laquelle ne s'exerce qu'un droit collectif, étant au demeurant souligné que la situation particulière dont se prévaut ladite société ne présente aucune garantie de pérennité puisqu'on ne peut écarter […] l'éventualité d'une division du domaine de la Romanée-Conti* ».

[144] Règlement (CE) n°1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil (JOCE L 148 du 21.6.1996, p. 1–10).

[145] Art. 7 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 94 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 22 du règlement règlement (UE) 2019/787 et art. 10 du règlement (UE) n°251/2014. Voir ROBBE (F.), « Le cahier des charges, support juridique des signes de qualité », art. cit. Sur la question de concilier l'idée d'un savoir-faire, par définition secret, et l'exigence de révélation dans le cahier des charges public : BOUCHE (N.), « Les indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux », *Propriété industrielle n°4*, Avril 2016, étude 7.

ne doit en aucun cas faire l'objet d'une appropriation individuelle. Autrement dit, chaque opérateur qui se situe à l'intérieur de la zone délimitée et qui respecte le cahier des charges a le droit de produire et de mettre sur le marché ce produit avec le nom de l'indication géographique. Elle doit être accessible à tout producteur virtuellement intéressé. Mais, pour pouvoir utiliser cette dénomination, il semblerait que la Société Scottish & Newcastle Plc doive donner une autorisation préalable aux producteurs intéressés et une fois l'autorisation donnée, divulguer les ingrédients nécessaires à la fabrication de la bière « *Newcastle Brown Ale* ». En outre, la Société a affirmé, lors du dépôt de la demande d'annulation, qu'elle ne « *consentirait jamais, quelles que soient les circonstances, à révéler le détail des ingrédients tenus secrets ou à autoriser un autre producteur à les utiliser* »[146]. Ses intentions étaient clairement identifiées et la Commission européenne n'aurait jamais dû octroyer cette IGP[147]. Ensuite, l'ensemble du processus d'élaboration de ces produits industrialisés que sont les bières étant délocalisable, nous pouvons légitimement nous interroger sur leur lien avec le terroir[148] et par conséquent, sur les effets qu'aurait cette délocalisation sur la qualité (méthodes de production et savoir-faire similaires). Il aurait en effet été difficile de demander une modification du cahier des charges pour étendre l'aire géographique initiale, puisqu'aucun facteur naturel ou humain n'aurait justifié une extension précisément à la seule aire où était située la nouvelle brasserie. Par conséquent, cette annulation n'est pas particulièrement surprenante puisque la demande d'annulation est faite par un opérateur unique déjà titulaire d'une marque identique à celle de l'IGP, désireux de conserver le caractère secret de sa recette qui est en soi incompatible avec le principe de l'indication et désireux de racheter une brasserie située hors de l'aire géographique délimitée par le cahier des charges contraignant. L'opérateur revient finalement au *statu quo ante* en conservant sa marque individuelle sachant que l'indication géographique n'aurait à la base pas dû lui être octroyée.

---

[146] Publication de la demande d'annulation : JOUE C 280 du 18 novembre 2006.

[147] Faute de temps et d'effectif (seulement 4 fonctionnaires) pour examiner environ 1500 dossiers, la Commission européenne ne s'était pas à l'époque rendue compte de l'intégration de cette clause particulière dans le cahier des charges. Cette demande d'annulation était alors opportune puisque la Commission n'aurait pas pu de sa propre initiative annuler l'indication géographique protégée étant donné que le cahier des charges requérant ledit secret était respecté.

[148] TGI Strasbourg, 30 juin 2004, *Brasseries Kronenbourg c/ Budejovicky Budvar* : PIBD 2004, n°795, III, p. 603. Voir également OLSZAK (N.), *Une demande d'annulation d'une indication géographique protégée de bière*, *Propriété industrielle*, Janvier 2013, n°1. Voir aussi DEDEIRE (M.), TOZANLI (S.), « Les paradoxes des distances dans la construction des identités alimentaires par acculturation », *Anthropology of food*, S3, Décembre 2007.

En ce qui concerne l'IGP « *Gögginger Bier* »[149] qui est une bière allemande, un motif de délocalisation a été invoqué dans la demande d'annulation de son enregistrement. La production ayant été délocalisée, à la suite du rachat de l'entreprise mère, les produits bénéficiant de ladite dénomination ne respectaient plus le cahier des charges. L'entreprise mère étant en outre la seule brasserie située dans l'aire géographique délimitée, aucun autre producteur potentiel n'était alors susceptible d'être intéressé par son utilisation. La Commission a procédé à l'annulation de l'enregistrement de la dénomination[150]. D'autres dénominations ont également été annulées car les producteurs concernés ne trouvaient plus d'intérêt commercial à les exploiter. Ce fut le cas pour les IGP allemandes « *Rieser Weizenbier* » [151] et « *Wernesgrüner Bier* » [152] pour des bières, l'IGP autrichienne « Mostviertler Birnmost » pour une boisson fermentée[153], mais également pour les AOP « *Höllen Sprudel* », « *Überkinger Mineralquellen* », « *Gemminger Mineralquelle* », « *Lieler Quelle* », « *Teinacher Mineralquellen* », « *Kißlegger Mineralquelle* », « *Bad Niedernauer Quelle* » et « *Löwensteiner Mineralquelle* » pour des eaux minérales[154]. En ce qui concerne l'AOP « *Höllen Sprudel* »[155], l'entreprise propriétaire et seule exploitante de la dénomination n'avait également plus d'intérêt à faire protéger ce nom en tant qu'appellation d'origine, d'autant plus qu'il est légalement suffisamment protégé par la réglementation concernant les eaux

[149] Publication d'une demande d'annulation : JO C 315 du 23 décembre 2009, p. 26. Voir Annexe 3 – Cas n°12.

[150] Règlement (UE) n°195/2011 de la Commission du 28 février 2011 annulant l'enregistrement d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Gögginger Bier (IGP)] (JOUE L 56 du 1.3.2011, p. 7–8).

[151] Règlement (UE) n°196/2011 de la Commission du 28 février 2011 annulant l'enregistrement d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Rieser Weizenbier (IGP)] (JOUE L 56 du 1.3.2011, p. 7–8). Voir publication d'une demande d'annulation : JO C 300 du 10.12.2009, p. 22–23. Voir Annexe 3 – Cas n°11.

[152] Règlement d'exécution (UE) n°1148/2013 de la Commission du 14 novembre 2013 annulant l'enregistrement d'une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Wernesgrüner Bier (IGP)] (JOUE L 305 du 15 novembre 2013, p. 5–6). Publication d'une demande d'annulation : JO C 322 du 24 octobre 2012, p. 13. Voir Annexe 3 – Cas n°13.

[153] Voir Annexe 3 – Cas n°19.

[154] Règlement (CE) n°438/2008 de la Commission du 21 mai 2008 annulant l'enregistrement de certaines dénominations enregistrées dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Löwensteiner Mineralquelle (AOP), Bad Niedernauer Quelle (AOP), Kisslegger Mineralquelle (AOP), Teinacher Mineralquellen (AOP), Lieler Quelle (AOP), Gemminger Mineralquelle (AOP), Überkinger Mineralquellen (AOP)] (JOUE L 132 du 22.5.2008, p. 14–15). Publication des demandes d'annulation : JO C 194 du 22 août 2007, p. 18, 19 et 20 ; JO C 195 du 23 août 2007, p. 13, 14, 15 et 16. Voir Annexe 3 – Cas n°2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 et 10.

[155] Règlement (UE) n°194/2011 de la Commission du 28 février 2011 annulant l'enregistrement d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Höllen Sprudel (AOP)] (JOUE L 56 du 1.3.2011, p. 3–4).

minérales et les eaux de consommation. Les autres eaux minérales ont été retirées du registre tenu par la Commission à partir du 1er janvier 2014 car il existait des noms identiques pour des eaux distinctes et des noms de fantaisie non-couverts par les dispositions du règlement (CEE) n°2081/92[156]. En outre, la directive 80/777/CEE, qui s'appliquait aux eaux minérales et aux eaux de source, assurait une réglementation suffisante en permanente évolution au niveau européen. Le règlement (CE) n°692/2003 [157] a précisé qu'il n'apparaissait pas opportun d'enregistrer de nouvelles dénominations pour des eaux même si elles l'étaient déjà. Ainsi, les eaux du champ d'application du règlement et donc de son annexe I ont été supprimées[158]. En tout état de cause, en ce qui concerne ces produits de pays germanophones, il s'agissait notamment de petites indications géographiques pour des bières, des eaux minérales et une boisson fermentée[159], à la notoriété très restreinte et à la production confidentielle, si bien que les groupements de producteurs concernés n'étaient plus intéressés par l'utilisation de la dénomination enregistrée puisque confrontés à des restrictions et des exigences non-contrebalancés par les « avantages » d'une AOP ou IGP[160]. Certains producteurs pouvaient en effet se contenter uniquement d'une marque individuelle mais à tort puisque les bières restent dans le giron actuel, la procédure d'enregistrement étant en effet gratuite[161].

En ce qui concerne les indications espagnoles « *Arroz del Delta del Ebro* »[162] pour du riz et « *Carne de Morucha de Salamanca* »[163] pour de la viande, il s'agissait d'une

[156] Règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des Indications géographiques des produits agricoles et des denrées alimentaires. Ce règlement est le précurseur du règlement (UE) n°1151/2012.

[157] Règlement (CE) n°692/2003 du Conseil du 8 avril 2003 modifiant le règlement (CEE) n°2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE L 99 du 17.4.2003, p. 1–7).

[158] Afin d'éviter tout préjudice aux dénominations déjà enregistrées, une période transitoire était mise en place jusqu'au 31 décembre 2013 pour éviter tout préjudice et au terme de laquelle celles-ci ne feraient plus partie du registre de l'Union. Voir Annexe 3 – Cas n°17.

[159] Règlement (UE) n°2018/1924 de la Commission du 7 décembre 2018 portant annulation de l'enregistrement de l'indication géographique protégée « Mostviertler Birnmost » (JOUE L 313 du 10 décembre 2018, p. 4). Publication de la demande : JO C 62 du 17 février 2018, p. 15.

[160] La protection *ex officio* ne leur était effectivement utile que théoriquement, puisque personne ne cherchait à usurper ces dénominations largement inconnues du grand public.

[161] Les frais de contrôle peuvent varier d'un État membre à l'autre selon le système mis en place.

[162] Publication d'une demande d'annulation (JO C 314 du 22.12.2007, p. 44–45). Règlement (CE) n°1058/2008 de la Commission du 27 octobre 2008 annulant l'enregistrement d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Arroz del Delta del Ebro (IGP)] (JOUE L 283 du 28.10.2008, p. 32–33). Voir Annexe 3 – Cas n°9.

annulation concomitante à un nouvel enregistrement. Ce choix était d'ailleurs plutôt logique dans le sens où le premier produit remplissait les critères pour être enregistré en tant qu'appellation d'origine contrôlée, tandis que le second couvrait une nouvelle race bovine.

Seuls quatre pays ont annulé une AOP ou IGP. Il s'agissait à chaque fois d'un simple concours de circonstances car il n'y a jamais eu de raison profonde fusse-t-elle culturelle, économique, ou juridique. Cinq nouvelles demandes viennent d'être introduites ; les trois premières pour de la viande et du miel luxembourgeois et les deux autres pour du vin autrichien [164]. Toutefois, les outils proposés par la Commission européenne, notamment la base de données informatiques *e-Ambrosia*, ne permettent aujourd'hui pas d'approfondir davantage notre étude, faute d'informations suffisantes sur le sujet[165].

B. L'examen de la demande d'annulation

Une demande d'annulation doit ensuite être présentée aux autorités nationales de l'Etat membre ou du pays tiers (1) afin qu'elles vérifient que cette dernière est justifiée et qu'elles la transmettent à la Commission européenne, le cas échéant (2).

1. L'examen préalable obligatoire national

En ce qui concerne les produits vitivinicoles, le règlement délégué (UE) 2019/33 de la Commission du 17 octobre 2018 et le règlement d'exécution (UE) 2019/34 de la Commission du 17 octobre 2018, qui viennent abroger le règlement (CE) n°607/2009, apportent des précisions quant à la recevabilité et au bien-fondé des demandes d'annulation introduites par toute personne physique ou morale. Désormais, l'article 13 du règlement d'exécution (UE) 2019/34 [166] prévoit que le

[163] Règlement d'exécution (UE) 2018/69 de la Commission du 16 janvier 2018 portant annulation de l'enregistrement de l'indication géographique protégée « Carne de Morucha de Salamanca » (IGP) (JOUE L 12 du 17 janvier 2018, p. 22–23). Publication de la demande : JO C 201 du 24 juin 2017, p. 5–6. Voir Annexe 3 – Cas n°18.

[164] Voir Annexe 3 – Cas n°20, 21, 22, 23 et 24.

[165] Source : Site e-ambrosia – Extraction le 15 novembre 2020.

[166] Art. 13 du règlement d'exécution (UE) 2019/34 de la Commission du 17 octobre 2018 portant modalités d'application du règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne les

demandeur mentionne son intérêt légitime, le motif d'annulation ainsi que des renseignements détaillés sur les faits, les preuves et les observations présentés à l'appui de l'annulation. Ces dispositions valent également dans le cas de la recevabilité d'une demande d'annulation pour la dénomination d'une boisson spiritueuse[167] et des produits agricoles et denrées alimentaires[168]. Contrairement à ce qui était précisé à l'article 22 du règlement (CE) n°607/2009, la demande d'annulation pour les produits du secteur viticole n'est *a priori* plus accompagnée de la déclaration de l'État membre ou du pays tiers dans lequel l'auteur de la demande d'annulation réside ou a son siège social[169].

La demande peut être présentée par toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime (comme un ODG) aux autorités nationales compétentes qui vérifient si cette dernière est justifiée et la transmettent à la Commission européenne, le cas échéant. Ces conditions semblent constituer une restriction au droit de contester une dénomination déjà enregistrée[170]. Encore faut-il que ce motif soit jugé suffisant par l'autorité compétente pour que la demande soit recevable.

Dans l'affaire *« Kołocz śląski » ou « Kołacz śląski »*[171], le requérant Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks eV (association centrale des artisans boulangers allemands) avait introduit une demande d'annulation de l'enregistrement de

---

demandes de protection des appellations d'origine, des indications géographiques et des mentions traditionnelles dans le secteur vitivinicole, la procédure d'opposition, les modifications du cahier des charges, le registre des dénominations protégées, l'annulation de la protection et l'utilisation des symboles, et du règlement (UE) n°1306/2013 du Parlement européen et du Conseil en ce qui concerne un système de contrôle approprié (JOUE L 9 du 11.1.2019, p. 46–76) : « *1. Une demande d'annulation de la protection d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, telle que visée à l'article 106 du règlement (UE) n°1308/2013 contient: a) la référence à la dénomination protégée à laquelle la modification se rapporte; b) le nom et les coordonnées de l'autorité ou de la personne physique ou morale souhaitant annuler la protection; c) une description de l'intérêt légitime de la personne physique ou morale souhaitant annuler la protection, à l'exclusion des autorités nationales ayant la personnalité juridique dans l'ordre juridique national; d) une indication des motifs de l'annulation; e) les renseignements détaillés concernant les faits, les preuves et les observations à l'appui de la demande d'annulation, accompagnés, s'il y a lieu, de pièces justificatives.* »

[167] Art. 19 du règlement d'exécution (UE) n°716/2013.

[168] Art. 11 du règlement (UE) n°668/2014 de la Commission du 13 juin 2014.

[169] L'article 22 du règlement (CE) n°607/2009 prévoyait que le demandeur mentionne son intérêt légitime, le motif d'annulation et qu'il produise une déclaration émanant de l'Etat membre ou de l'Etat tiers dans lequel il réside appuyant son action.

[170] BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole, op. cit.*, p. 128.

[171] Voir Annexe 3 – Cas n°14.

l'indication géographique protégée « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* »[172] pour un produit polonais de boulangerie le 1er février 2012 auprès du Deutsches Patent- und Markenamt (office des brevets et des marques allemandes, ci-après le « DPMA ») au titre de l'article 6 §2 du règlement (CE) n°510/2006, sur le fondement de l'article 12 §2. Ladite demande n'a cependant été transmise par le ministre de la Justice allemande à la Commission que le 15 février 2013. Par conséquent, la Commission européenne l'a reçue le 18 février 2013, soit après l'entrée en vigueur du règlement (UE) n°1151/2012[173]. Ce délai s'explique par le fait que le requérant a dû faire face, pendant près d'un an, aux doutes émis par l'Office quant aux arguments avancés sur la recevabilité de sa demande au titre de l'article 12 du règlement (CE) n°510/2006. Ce dernier a finalement publié, le 21 septembre 2012, ladite demande au bulletin des marques allemand *Markenblatt* et a ensuite constaté à l'issue d'une enquête en janvier 2013 qu'elle était conforme aux exigences fixées par le règlement (CE) n°510/2006. Il l'a alors transmise au ministère de la Justice allemand. La Commission européenne l'ayant reçue le 18 février 2013, a toutefois estimé que la demande était irrecevable[174], puisque reçue après l'entrée en vigueur du règlement (UE) n°1151/2012.

A l'instar de l'examen d'une demande de protection, l'examen d'une demande d'annulation par un Etat membre ou, le cas échéant par un pays tiers constitue un « *filtre* » en vérifiant au préalable que les exigences de la réglementation européenne sont remplies. Ils vérifient si la demande qui leur a été transmise est justifiée et si elle répond aux exigences de la réglementation européenne, avant d'ouvrir une procédure d'opposition. Si la demande est fondée, ils arrêtent une décision favorable et la transmettent à la Commission européenne tout en garantissant sa publicité.
Mais pour quelle raison la Commission examine-t-elle *a posteriori*[175] la demande d'annulation alors que cette dernière a au préalable fait l'objet d'un examen

[172]Règlement d'exécution (UE) n°733/2011 de la Commission du 22 juillet 2011 enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Kołocz śląski/kołacz śląski (IGP)] (JOUE n°L 195 du 27 juillet 2011, p. 32–33).
[173] Règlement (UE) n°1151/2012, entré en vigueur le 3 janvier 2013.
[174] Décision d'exécution de la Commission du 14 novembre 2013 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [Kołocz śląski/kołacz śląski (IGP)] [notifiée sous le n° C(2013) 7626].
[175] Les dispositions des règlements de l'Union européenne sont assez succinctes en ce qui concerne le contrôle de la demande effectué par la Commission européenne. Art. 50 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 : « *La*

approfondi par l'administration nationale compétente ? Pour transmettre la demande d'annulation, il faut en effet que cette dernière ait fait l'objet, d'une part, de nombreux échanges entre les producteurs au niveau local et d'autre part, d'une validation par l'autorité publique. Cela devrait être suffisant, d'autant plus que Bruxelles connaît une réduction d'effectifs depuis quelques années, notamment à la direction générale de l'agriculture et du développement rural[176]. Cet examen préalable obligatoire peut, en outre, avoir des conséquences non-négligeables pour le demandeur sachant que les Etats membres peuvent exiger le paiement d'une redevance destinée à couvrir leurs dépenses à l'occasion de l'examen des demandes d'annulation présentées[177].

Dans le système instauré par le règlement (CEE) nº2081/92 en ce qui concerne la protection des AOP et IGP des produits agricoles et des denrées alimentaires, il existe un partage des compétences entre l'État membre concerné et la Commission. La Cour de justice précise dans un arrêt en date du 2 juillet 2009 que « *ce système de partage des compétences s'explique notamment par le fait que l'enregistrement présuppose la vérification qu'un certain nombre de conditions sont réunies, ce qui exige, dans une large mesure, des connaissances approfondies d'éléments particuliers à l'État membre concerné, éléments que les autorités compétentes de cet État sont les mieux placées pour vérifier* »[178]. La Commission européenne ne serait en effet pas en mesure à elle seule de déterminer quelle demande appuyer si elle venait à recevoir des versions différentes du contenu d'un cahier des charges pour une seule appellation en vue d'une demande de protection ou si elle venait à recevoir différentes demandes d'annulation de la part d'opérateurs opportunistes

---

Commission examine par des moyens appropriés toute demande qu'elle reçoit conformément à l'article 49, afin de vérifier qu'elle est justifiée et qu'elle remplit les conditions du système correspondant. » ; art. 97 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 : « *La Commission examine si les demandes de protection visées à l'article 94, remplissent les conditions établies dans la présente sous-section.* » ; art. 26 §1 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 14 §2 du règlement (UE) n°251/2014.

[176] Union pour l'Unité (U4U), « La gestion des effectifs à la Commission : entre pessimisme et colère », 6 avril 2016. Disponible en ligne : http://u4unity.eu/document2/EffectifGestion201601.pdf

[177] Art. 47 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 108 du règlement (UE) n°1308/2013 et art. 27 du règlement (UE) n°251/2014. Outre les demandes d'annulation, la législation de la Commission européenne leur permet en effet de prélever une taxe pour couvrir les frais d'examen des demandes d'enregistrement, les déclarations d'opposition et les demandes de modifications. Ces frais varient d'un Etat membre à l'autre. Aucune taxe n'est prélevée pour des demandes directement déposées à la Commission par des intéressés de pays tiers. GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, Centre du Commerce International, 2009.

[178] CJCE, 2 juillet 2009, *Bavaria,* préc., pt 66 qui renvoie à l'arrêt de la CJCE du 6 décembre 2001, *Carl Kühne GmbH & Co. KG et autres c/ Jütro Konservenfabrik GmbH & Co. KG.,* préc., pt 53.

désireux d'utiliser le nom géographique protégé[179]. Ce dispositif de partage des compétences a d'ailleurs été rappelé dans un arrêt de la Cour de justice en date du 29 janvier 2020[180]. Ce système implique que les autorités nationales compétentes sont les mieux placées pour vérifier que les conditions sont bien réunies pour l'enregistrement d'une AOP ou IGP, ce qui exige, dans une large mesure, des connaissances approfondies d'éléments particuliers, même si la décision finale revient à la Commission européenne[181]. Finalement, ce dispositif établi par la réglementation européenne en la matière permettrait de légitimer le système des AOP et IGP, car si la Commission européenne venait à décider de l'avenir des différents terroirs, le système s'en trouverait alors fragilisé.

En outre, les pays tiers n'ont pas l'obligation de procéder à l'examen de la demande en vue de déterminer si elle remplit les conditions fixées par la réglementation européenne pour les produits agricoles et denrées alimentaires[182] alors que pour les produits vitivinicoles[183] et les boissons spiritueuses[184], le demandeur doit produire une déclaration émanant de l'Etat membre ou de l'Etat tiers dans lequel il réside et appuyant son action. Quid d'un Etat tiers qui ne souhaiterait pas intervenir et engager des dépenses pour vérifier qu'en amont la demande est justifiée ou non ?[185] Certains pays comme les Etats-Unis sont en effet hostiles à une

[179] Les autorités nationales organisent désormais les procédures d'enregistrement en appellation d'origine protégée, de publicité et d'opposition. OLSZAK (N.), « Les nouveaux règlements européens sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties », *Revue de droit rural,* n°343, Mai 2006, étude 19.

[180] CJUE, 29 janvier 2020, GAEC Jeanningros c/ INAO e.a., aff. C-785/18 (ECLI:EU:C:2020:46).

[181] Voir, par analogie, arrêts du 6 décembre 2001, *Carl Kühne GmbH & Co. KG et autres c/ Jütro Konservenfabrik GmbH & Co. KG.,* préc., pt 53, ainsi du 2 juillet 2009, *Bavaria*, préc., pt 66. SIMON (D.) « Protection juridictionnelle effective », *Europe*, n°3, Mars 2020, comm. 88.

[182] Art. 11 du règlement (UE) n°668/2014.

[183] Les dispositions de l'article 22 du règlement (CE) n°607/2009 restent applicables pour les demandes en cours. Art. 61 §3 du règlement délégué (UE) 2019/33 : « *3. Les articles 21, 22 et 23 du règlement (CE) n°607/2009 relatifs à l'annulation de la protection continuent de s'appliquer en ce qui concerne les demandes d'annulation de la protection en cours à la date d'application du présent règlement* ». Il s'agit ici de dispositions des droits intertemporels.

[184] Art. 19 du règlement d'exécution (UE) n°716/2013. Art. 50 §4 al. 1 du règlement (UE) 2019/787 : « *Les articles 22 à 26, 31 et 32 du présent règlement ne s'appliquent pas aux demandes d'enregistrement ou de modification ni aux demandes d'annulation qui sont en cours au 8 juin 2019. L'article 17, paragraphes 4, 5 et 6, ainsi que les articles 18 et 21 du règlement (CE) n°110/2008 continuent de s'appliquer à ces demandes* ».

[185] « *Pourquoi dans ces conditions les pays plus « libéraux », qui assurent cette protection par le droit des marques et de manière moins coûteuse, changeraient-ils leur modèle, alors que leurs indications géographiques peuvent concurrencer celles des pays plus « administrés », grâce à la garantie d'accès aux marchés offerte par les règles de l'OMC ?* » : GADBIN (D.), « Le système communautaire des indications géographiques, rattrapé par le droit des marques : la Commission consulte », *Revue de droit rural,* n°367, Novembre 2008, repère 9.

réglementation de protection contraignante, préférant ainsi le système des marques, et d'autres ne disposent pas ou peu de moyens pour sa mise en place.

L'ancienne réglementation en ce qui concerne les produits agricoles et denrées alimentaires[186] imposait à l'époque aux producteurs de pays tiers de passer par le truchement de leur gouvernement. Elle a cependant été modifiée suite au différend commercial, intitulé « *Communautés européennes - Protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires* », arbitré par l'Organe de règlement des différends de l'OMC [187] opposant l'Union européenne aux États-Unis[188] et l'Australie[189].

Outre les autorités compétentes, un opérateur ou un groupement d'opérateurs d'un pays tiers a désormais aussi le droit d'adresser directement à la Commission européenne une demande d'enregistrement, d'annulation ou d'opposition, l'Union européenne ne pouvant contraindre les gouvernements de pays tiers d'engager des dépenses en vue de la protection d'une indication géographique sur le territoire européen[190]. Il s'agit par conséquent d'un obstacle injustifié pour les opérateurs des Etats membres et d'une discrimination à rebours au sein de l'Union européenne. En outre, les gouvernements ne procèdent pas tous de la même manière pour la protection des indications géographiques, certains se contentant d'un examen succinct[191]. Toutefois, un Etat membre peut adopter une législation nationale qui

---

[186] Art. 12 du règlement (CEE) n°2081/92.

[187] L'ORD a adopté le rapport du Groupe spécial le 20 avril 2005. Le Groupe spécial a été constitué sur demande des Etats-Unis et de l'Australie. CHARLIER (C.*),* « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC », *Économie rurale*, 299, Mai-Juin 2007 : « *L'Argentine, l'Australie (en ce qui concerne la plainte des États-Unis), le Brésil, le Canada, la Chine, la Colombie, les États-Unis (en ce qui concerne la plainte de l'Australie), le Guatemala, l'Inde, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Territoire douanier distinct de Taiwan, Penghu, Kinmen et Matsu et la Turquie ont réservé leur droit de participer en tant que tierces parties aux travaux du Groupe spécial* ». OLSZAK (N.), « Les nouveaux règlements européens sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties », art. cit. VELILLA (P.), « La PAC, l'OMC, et « son gouvernement des juges », *Revue de droit rural,* n°370, Février 2009, étude 3.

[188] Rapport du Groupe Spécial, Communautés Européennes – Protection des Marques et des Indications Géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, WT/DS174/R, 15 mars 2005 (05-0955).

[189] Rapport du Groupe Spécial, Communautés Européennes – Protection des Marques et des Indications Géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, WT/DS290/R, 15 mars 2005 (05-0936).

[190] MARIE-VIVIEN (D.), *La protection des indications géographiques : France, Europe, Inde.*, Ed. Quae, 2012, p. 138 et s. MARIE-VIVIEN (D.), THÉVENOD-MOTTET (E.), « Une décision de l'organe de règlement des différends de l'OMC, Quels impacts pour la protection internationale des indications géographiques ? », *Économie rurale,* n°299, Mai-Juin 2007.

[191] Rapport du Groupe Spécial, Communautés européennes – Protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, Plainte des Etats-Unis, WT/DS174/R, 15 mars 2005, (05-0955) : VIII – CONCLUSIONS ET RECOMMANDATION :
« *Le Règlement est incompatible avec l'article 3:1 de l'Accord sur les ADPIC:*

impose une condition du genre. Rien n'est préjugé mais il semblerait que cette possibilité ne soit pas contraire au règlement de l'Union européenne.

Si l'Etat considère que les exigences de la réglementation européenne sont remplies, il arrête une décision favorable et a l'obligation de mettre en place une procédure nationale d'opposition, afin de recueillir les objections éventuelles et de les traiter s'il y a lieu. Dans le cas contraire, la demande est jugée irrecevable. La procédure reprend celle prévue pour l'instruction d'une opposition par la Commission avec une phase d'examen de la recevabilité de la demande d'annulation puis une phase d'examen au fond des motifs d'annulation évoqué. A l'issue de la période réservée à la procédure d'opposition ou après épuisement des recours éventuels, l'Etat transfère ensuite la demande d'annulation auprès de la Commission européenne. Ceci étant, si les instances nationales y sont défavorables, le demandeur pourra tout de même s'adresser directement à la Commission européenne en invoquant la disposition directement applicable puisque c'est un règlement à effet direct applicable à tous.

2. L'examen de la demande par la Commission européenne

En principe, la procédure d'opposition en matière d'enregistrement d'une AOP ou IGP s'applique *mutatis mutandis* à celle en matière d'annulation. Ainsi, comme dans le cadre de l'examen d'une demande d'enregistrement[192], une procédure

---

i) en ce qui concerne les conditions d'équivalence et de réciprocité, telles qu'elles s'appliquent à la disponibilité de la protection pour les IG ;
ii) en ce qui concerne la procédure de demande d'enregistrement, dans la mesure où elle nécessite l'examen et la transmission des demandes par les gouvernements ;
iii) en ce qui concerne les procédures d'opposition, dans la mesure où elles nécessitent la vérification et la transmission des oppositions par les gouvernements ; et
iv) en ce qui concerne les prescriptions imposant la participation des gouvernements aux structures de contrôle au titre de l'article 10, et la transmission de la déclaration par les gouvernements au titre de l'article 12bis, paragraphe 2, point b) ».

[192] La demande d'enregistrement d'AOP ou IGP doit émaner d'un groupement de producteurs situé sur le territoire sur lequel se trouve l'aire géographique. Elle est ensuite examinée par l'Etat membre tant sur la dénomination constitutive de l'IG que sur le contenu technique du cahier des charges. Art. R 641-12 du C. rur. : « (…) *Le cahier des charges décrit la spécificité du produit, définit ses conditions de production, de transformation et éventuellement de conditionnement et d'étiquetage, précise s'il y a lieu l'aire et les zones dans lesquelles les différentes opérations sont réalisées et indique les principaux points à contrôler ainsi que leurs méthodes d'évaluation et, pour une spécialité traditionnelle garantie, les éléments essentiels qui prouvent le caractère traditionnel du produit* ». En France, l'INAO est l'organisme compétent pour la procédure d'enregistrement national. Il examine les demandes d'AOC ou IGP. Art. R 641-11 du C. rur.

nationale d'opposition est prévue par l'Etat membre en garantissant une publicité suffisante de la demande. Tout Etat membre est censé octroyer un délai raisonnable pour l'introduction d'une opposition [193], suivant la publicité de la demande, L'opposition peut être formée par toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime[194]. Si l'Etat membre considère que les exigences réglementaires sont satisfaites, il arrête une décision favorable et, à l'issue de la procédure d'opposition, transmet la demande d'enregistrement à la Commission européenne [195]. Tout le système repose ainsi sur le principe de subsidiarité. La demande transmise, la Commission européenne procède à son tour à un examen pour vérifier que la demande est justifiée et qu'elle remplit les conditions de la réglementation de l'Union. Cet examen ne doit pas durer plus de six mois[196]. Si les conditions sont remplies, la Commission publie doit publier par un acte d'exécution au Journal officiel de l'Union européenne le document unique, soit le formulaire de demande d'enregistrement, et la référence de la publication du cahier des charges [197]. S'ensuit là aussi une

[193] Art. 49 §3 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 96 §3 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 24 §6 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 13 §3 du règlement (UE) n°251/2014. En France, après avis du Comité national compétent de l'INAO, les cahiers des charges des produits déposés par le demandeur font l'objet d'une procédure nationale d'opposition d'une durée de deux mois, à compter de la publicité de la demande, pendant laquelle toute personne intéressée peut adresser par écrit une opposition motivée auprès des services de l'INAO. L'INAO notifie ensuite aux auteurs de l'opposition les suites qui y ont été données. Art. R 641-13 du C. rur.

[194] Art. 49 §3 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 96 §3 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 24 §6 du règlement (UE) 2019/787 et art. 13 §3 du règlement (UE) n°251/2014. Sur la question de l'intervention des juridictions dans la procédure d'attribution de la protection d'une AOP/IGP, voir DUBOS (O.), « Les pouvoirs de la Commission dans l'attribution des appellations d'origine : la co-administration au service de la qualité », art. cit.

[195] Art. 49 §4 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 96 §5 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 24 §6 du règlement (UE) 2019/787 et art. 13 §5 du règlement (UE) n°251/2014. En France, le ministre chargé de l'agriculture transmet à la Commission européenne les décisions de reconnaissance des appellations d'origine ou des indications géographiques protégées garanties aux fins d'enregistrement. Art. R 641-20 du C. rur.

[196] Art. 50 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 10 du règlement délégué (UE) 2019/33 ; art. 26 §1 du règlement (UE) 2019/787.

[197] Bien que cela soit anecdotique pour des raisons politiques, la Commission européenne peut refuser d'enregistrer une dénomination. Décision de la Commission du 19 décembre 2008 concernant le rejet d'une demande d'inscription au registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (CE) n°510/2006 du Conseil [Germantas (IGP)](*JOUE L 8 du 13.1.2009, p. 25–25) et* décision de la Commission du 19 décembre 2008 concernant le rejet d'une demande d'inscription au registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (CE) n°510/2006 du Conseil [Džiugas (IGP)] (*JO L 8 du 13.1.2009, p. 24) : « Après examen de la documentation transmise par la Lituanie dans sa demande, la Commission a observé que le fromage devait certaines de ses caractéristiques spécifiques à sa méthode d'obtention et non à son origine géographique.* ». Ces demandes aboutissent rarement à un rejet de la part de la Commission, mais plutôt à un retrait du dossier. FRANJUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, préc.

procédure d'opposition[198]. Dans un délai de trois mois pour les produits agricoles et denrées alimentaires, les produits vitivinicoles et les boissons spiritueuses et de deux mois pour les produits vinicoles aromatisés à compter de la date de la publication au JOUE, tout Etat membre ou pays tiers ou toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et résidant ou établie dans un État membre autre que celui qui a demandé la protection ou dans un pays tiers peut s'opposer à l'enregistrement envisagé par le dépôt d'une déclaration dûment motivée auprès de la Commission[199]. Une opposition jugée fondée par la Commission entraînerait la suspension de l'enregistrement de la dénomination. A défaut d'opposition déposée ou recevable, la Commission notifie sa décision aux parties et adopte des actes d'exécution pour enregistrer la dénomination[200]. Dans le cadre d'une procédure d'annulation, la Commission européenne examine le ou les motifs d'annulation et vérifie que le cahier des charges n'est plus respecté ou qu'aucun produit du secteur agroalimentaire n'a été mis sur le marché pendant au moins sept ans.

Cet examen permet d'éviter que les conditions d'annulation d'une dénomination protégée ouverte aux personnes morales ou physiques ne soient perçues comme une procédure d'appel de la procédure d'opposition. C'est d'ailleurs ce qui ressort d'un arrêt du TUE en date du 7 octobre 2015[201], Le 1er février 2012, l'association centrale des artisans boulangers allemands *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks eV* a introduit une demande d'annulation de l'enregistrement de la dénomination « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* »[202] auprès de l'Office des brevets et des marques allemandes alors qu'elle aurait pu s'opposer à la demande d'enregistrement quelques mois plus tôt. Après enquête, l'Office a transmis la demande au ministère de la Justice allemand qui l'a ensuite communiqué au niveau européen. La Commission a finalement rejeté cette demande par décision d'exécution 2013/663/UE du 14 novembre 2013 en ce qu'elle ne remplissait pas les

[198] Art. 51 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 98 du règlement (UE) n°1308/2013 et art. 12 du règlement délégué (UE) 2019/33 ; art. 27 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 15 du règlement (UE) n°251/2014.
[199] Art. 51 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 12 du règlement délégué (UE) 2019/33 ; art. 27 du règlement (UE) 2019/787 et art.15 du règlement (UE) n°251/2014
[200] Art. 52 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 99 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 30 §2 du règlement (UE) 2019/787 et art.16 du règlement (UE) n°251/2014.
[201] TUE, 7 octobre 2015, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission,* aff. T49/14 (ECLI:EU:T:2015:755).
[202] Règlement d'exécution (UE) n°733/2011 de la Commission du 22 juillet 2011 enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Kołocz śląski/kołacz śląski (IGP)] (JOUE n°L 195 du 27 juillet 2011, p. 32–33).

conditions prévues par l'article 54, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement (UE) nº1151/2012. L'association a alors introduit le 17 janvier 2014 un recours en annulation auprès du Tribunal contre cette décision[203].

Dans son arrêt en date du 7 octobre 2015[204], le TUE a rejeté le premier moyen portant sur l'application dans le temps des règles de droit matériel de l'Union ainsi que sur la recevabilité et le bien-fondé de la demande d'annulation au regard de l'article 12, paragraphe 2, du règlement (CE) nº510/2006. Les juges ont rejeté les arguments du requérant tirés des principes « *tempus regit actum* », de sécurité juridique et de protection de la confiance légitime, puis ont jugé le recours non-fondé « *sans qu'il soit besoin de statuer sur sa recevabilité* »[205]. Les juges ont ensuite rejeté le second moyen portant principalement sur la protection d'une dénomination lorsque cette dernière est traduite et sur la délimitation de l'aire géographique indiquée dans le cahier des charges justifiant l'attribution de l'IGP. Le requérant estimait qu'une fois l'IGP polonaise enregistrée, les boulangers allemands ne pourraient plus fabriquer et commercialiser des « *Schlesischer Streuselkuchen* » sous cette dénomination, puisque « *Schlesischer Streuselkuchen* » est la traduction en allemand de « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* ». Mais les juges ont refusé de qualifier « *Schlesischer Streuselkuchen* » de dénomination générique, en ce que la mention de ladite dénomination dans la version allemande du document unique constitue une erreur rédactionnelle[206]. L'article 13, paragraphe 1, sous b), du

[203] Seuls constituent des actes ou des décisions susceptibles de faire l'objet d'un recours en annulation, au sens de l'article 263 du TFUE, les mesures produisant des effets juridiques obligatoires, de nature à affecter les intérêts de la partie requérante en modifiant de façon caractérisée sa situation juridique, telle que la décision d'exécution adoptée par la Commission au cours d'instance. TUE, 10 septembre 2014, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission*, aff. T-354/13 (ECLI:EU:T:2014:775) : En l'espèce, la même association a introduit le 4 juillet 2013 un recours en annulation auprès du Tribunal contre la prétendue décision de la Commission contenue dans la lettre en date du 8 avril 2013 du directeur général de la direction générale « Agriculture et développement rural » de la Commission, selon laquelle la demande d'annulation du requérant de l'enregistrement de l'IGP « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* » était irrecevable. Les juges ont confirmé qu' « *il ne suffi[sait] pas qu'une lettre ait été envoyée par une institution de l'Union à son destinataire, en réponse à une demande formulée par ce dernier, pour qu'[elle] puisse être qualifiée de décision au sens de l'article 263 TFUE, ouvrant la voie du recours en annulation ».* Ladite lettre en l'espèce n'avait qu'un caractère préparatoire et n'était pas en ce sens un acte attaquable. Voir TUE, 19 janvier 2010, *Co-Frutta c/ Commission*, aff. jtes T-355/04 et T-446/04 (ECLI:EU:T:2010:15), pts 32 et 33 : « *des mesures préliminaires ou de nature purement préparatoire ne peuvent pas faire l'objet d'un recours en annulation car ne fixent pas définitivement la position de l'institution concernée* » ; CJCE, 11 novembre 1981, *IBM c/ Commission*, aff. 60/81 (ECLI:EU:C:1981:264), pt 9 ; CJUE, 12 octobre 2016, *Cyprus Turkish Chamber of Industrye.a. c/ Commission européenne,* aff.T-41/16 (ECLI:EU:T:2016:613), pt 34.

[204] TUE, 7 octobre 2015, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission,* aff. T49/14.

[205] SIMON (D.), « La guerre du « Streusel » n'aura pas lieu », *Europe*, n°12, Décembre 2015, comm. 505.

[206] Pts 53 et s. : la dénomination « *Schlesischer Kucher* » constitue la véritable traduction allemande de l'indication géographique protégée attaquée.

règlement (UE) nº1151/2012 n'était, par conséquent, pas opposable aux boulangers allemands qui ne produisaient pas des « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* ». En outre, la Commission européenne ne saurait ici procéder à son annulation car les motifs d'annulation sont strictement encadrés par l'article 54 du règlement (UE) n°1151/2012. Le Tribunal a d'ailleurs confirmé qu' « *afin de pouvoir garantir le bon déroulement de la procédure administrative et de tenir compte des intérêts des différentes personnes concernées, la Commission ne saurait tenir compte, dans une procédure d'annulation, des motifs d'opposition qui n'ont pas été invoqués dans les délais ainsi que des faits invoqués à l'appui de ceux-ci. En effet, afin de préserver l'effet utile des dispositions relevant de la procédure d'opposition, visant à prendre en compte des objections relatives à une demande d'enregistrement (…), la procédure d'annulation ne peut servir à « remplacer » tardivement la procédure d'opposition* ». L'intérêt du requérant à demander l'annulation de la dénomination ne fait aucun doute. L'article 10, paragraphe 1, d) du règlement (UE) n°1151/2012 énumère les motifs d'opposition [207] et les motifs invoqués en l'espèce pour la demande d'annulation correspondent à des motifs d'opposition en ce qui concerne l'éventuelle qualité de dénomination générique à la dénomination « *Schlesischer Streuselkuchen* » et le prétendu non-respect des conditions du cahier des charges. Ils ne peuvent par conséquent en aucun cas être invoqués dans le cadre d'une procédure d'annulation. Les juges ont également précisé que ces deux procédures poursuivaient un objectif différent. En effet, la procédure d'opposition « *permet de compléter la procédure d'examen de la demande d'enregistrement effectuée par la Commission* » en vue de garantir l'exactitude et la légalité des noms proposés à l'enregistrement, de prendre en compte des intérêts contradictoires et d'arbitrer des conflits d'intérêts alors que la procédure d'annulation permet « *de contester une dénomination une fois qu'elle a été enregistrée* ». Ainsi, le recours formé demandant l'annulation de la décision d'exécution de la Commission européenne du 14

[207] L'article 10 §1 d) du règlement (UE) n°1151/2012 précise que les déclarations d'opposition doivent, sous peine de nullité, soit démontrer que les conditions visées pour l'obtention de la protection ne sont pas satisfaites ; soit démontrer que l'enregistrement de la dénomination proposée entrerait en conflit avec le nom d'une variété végétale, d'une race animale, avec une marque renommée ou notoire ou s'il y a homonymie partielle ou totale avec une dénomination déjà enregistrée ; soit démontrer que l'enregistrement de la dénomination proposée porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement identique ou d'une marque de fabrique ou de commerce, ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans précédant la date de la publication par la Commission ; soit préciser que les éléments permettant de conclure que le nom dont l'enregistrement est demandé est générique, autrement dit qu'il est devenu le nom commun d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire dans la Communauté.

novembre 2013[208], concernant le rejet d'une demande d'annulation de l'indication géographique protégée « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* » a été rejeté dans son intégralité. Ainsi, une procédure d'annulation ne peut se substituer à une procédure d'opposition si les intéressés n'ont pas formé, au préalable, d'opposition, tant au niveau national qu'au niveau communautaire, dans le délai fixé par la réglementation.

Une procédure d'annulation ne peut également se substituer à une procédure d'opposition si les intéressés ont été déboutés de leur demande d'opposition.
Faute de motifs d'annulation, deux demandes d'annulation, déposées par la Slovaquie, ont été rejetées par la décision de la Commission européenne n°2014/818/UE du 18 novembre 2014 pour l'indication géographique protégée tchécoslovaque *« Jihočeská Zlatá Niva »*[209] et par la décision nº 2014/819/UE du 17 novembre 2014 pour l'indication géographique protégée tchécoslovaque « *Jihočeská Niva* »[210]. La Slovaquie s'était déclarée opposée à l'enregistrement de ces deux dénominations déposées par la République Tchèque[211] car elles risquaient de nuire à l'existence de marques commerciales enregistrées sous la dénomination « *Niva* » sur son territoire pour un produit similaire (fromage). Bien que ces dénominations puissent être associées au nom « *Niva* », le requérant n'a apporté aucune preuve quant au degré de singularité des marques enregistrées découlant de leur réputation, de leur notoriété et de leur durée d'utilisation. Par conséquent, il n'a pas été démontré que ces enregistrements étaient susceptibles d'induire en erreur les

[208] Décision d'exécution de la Commission du 14 novembre 2013 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [*Kołocz śląski/kołacz śląski* (IGP)] [notifiée sous le n° C(2013) 7626].

[209] Décision d'exécution de la Commission du 18 novembre 2014 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [*Jihočeská Zlatá Niva* (IGP)] [notifiée sous le n° C(2014) 8425], JOUE 20 novembre, nº L 333. Voir Annexe 3 – Cas n°16.

[210] Décision d'exécution de la Commission du 17 novembre 2014 concernant le rejet d'une demande d'annulation d'une dénomination enregistrée dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées prévu au règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil [*Jihočeská Niva* (IGP)] [notifiée sous le n° C(2014) 8391], JOUE 20 novembre, nº L 333, p. 24–25. Voir Annexe 3 – Cas n°15.

[211] Règlement (UE) n°24/2010 de la Commission du 13 janvier 2010 enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées (*Jihočeská Niva)* (JOUE L 9 du 14.1.2010, p. 1–2) et règlement (UE) n°32/2010 de la Commission du 14 janvier 2010 enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées (*Jihočeská Zlatá Niva)* (JOUE L 10 du 15.1.2010, p. 7–8).

consommateurs quant à la véritable identité du produit. La Commission rappelle également que le terme « *Niva* » était utilisé d'une manière générique en République Tchèque et en Slovaquie et précise que l'enregistrement de ces dénominations en tant qu'IGP n'exigerait pas la radiation ou l'invalidation des marques commerciales existantes, étant donné que celles-ci étaient antérieures à la date de dépôt de la demande d'enregistrement auprès de la Commission [212] . Ainsi, les marques pouvaient coexister avec les IGP enregistrées[213]. Suite à cette décision, la Slovaquie a introduit deux demandes d'annulation en septembre 2013. Toutefois, les demandes ne remplissant pas les conditions de l'article 54, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement (UE) n°1151/2012, la Commission a décidé de les rejeter.

Dans le cadre de la procédure d'examen de la recevabilité de la demande d'annulation, les parties concernées peuvent remédier aux insuffisances constatées par la Commission européenne et sont invitées à présenter leurs observations en réponse aux remarques effectuées par cette dernière avant qu'elle ne prenne sa décision définitive[214]. Lorsque l'annulation prend effet, la Commission supprime la dénomination du registre des AOP et des IGP[215].

A titre de conclusion, il semblerait que la procédure d'annulation ait été mise en place afin d'éviter le maintien abusif des AOP et IGP et contribuer ainsi à une meilleure crédibilité du système actuel des IG au niveau international. Elle permet en effet un contrôle supplémentaire et apparaît comme un bon moyen de dissuasion vis-à-vis des Etats de faire subsister une appellation d'origine à des fins purement politiques, économiques ou autres. Finalement, cette procédure intéresse tout particulièrement les producteurs désireux de quitter un système qui impose de plus en plus de contraintes non-contrebalancés par les avantages qu'il offre. En effet, les

[212] A titre d'illustration, la marque VEGA SICILIA enregistrée en 1969 par une société espagnole pour des vins coexiste avec l'AOP SICILIA enregistrée postérieurement. L'article 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 du 17 décembre 2013 prévoit que cette marque peut continuer à être exploitée et renouvelée. TUE, 9 février 2017, T-696/15, *Bodegas Vega Sicilia.*

[213] Pt 7 du règlement (UE) n°24/2010 de la Commission du 13 janvier 2010 et du règlement (UE) n°32/2010 de la Commission du 14 janvier 2010 : « *ledit enregistrement n'entraverait pas la poursuite de l'utilisation dudit nom* ».

[214] BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole, op. cit.*

[215] NGUYEN THANH-BOURGEAIS (D.), « La certification de qualité des produits agro-alimentaires *», Contrats-Concurrence-Consommation*, Juris-Classeur, Janvier 1998, chron. 1. Voir à titre d'illustration relativement aux boissons spiritueuses : VISSE-CAUSSE (S.), « L'usage et l'enregistrement d'une indication géographique d'une boisson spiritueuse précisés par la Commission », *Revue de droit rural,* n°419, Janvier 2014, comm. 4.

demandes d'annulation ont, pour l'essentiel, été déposées par des producteurs mais ces derniers ne semblaient toutefois pas mettre en péril l'avenir de leur nom ou de leur production.

Section 2. La perte de la protection par la dégénérescence

Outre des avantages tangibles[216] apportés aux producteurs, la protection en tant qu'AOP ou IGP permet, d'une part, d'anticiper les éventuels enregistrements du nom géographique en tant que marque par des tiers et, d'autre part, de diminuer les risques de voir cette dernière se transformer en un terme dit « *générique* »[217]. L'appellation d'origine est, en principe, protégée contre toute déchéance[218]. Mais que se passerait-il si la dénomination venait à dégénérer à la suite de l'utilisation abusive et répétitive par des tiers à grande échelle sur les territoires avoisinants et à grands renforts de publicité, couplée à l'absence de contrôle et donc de sanctions et au désintéressement des opérateurs ? Par exemple, si des producteurs de vins d'appellation d'origine *Champagne* ne vendaient plus leurs vins et ne cherchaient pas à défendre leur appellation, le nom géographique pourrait alors être utilisé par d'autres producteurs en France ou dans les pays voisins. Ou bien si certains producteurs continuaient à produire de la Feta en dehors de l'Union européenne,

[216] Cette étude recense les avantages apportés aux producteurs tels que « *des informations détaillées et une garantie de qualité pour les consommateurs, des marges bénéficiaires plus stables pour les producteurs, une meilleure visibilité, résultant souvent de la participation aux foires commerciales, un accès à de nouveaux marchés nationaux et/ou d'exportation et un meilleur accès aux fonds de promotion et aux aides à l'investissement pour les producteurs. La protection des IG contribue également au maintien des infrastructures et des emplois locaux, notamment dans les zones plus défavorisées, ce qui profite à l'ensemble de la société* » *:* Commission européenne*,* « Livre vert - Tirer le meilleur parti des savoir-faire traditionnels européens : vers une extension possible de la protection des indications géographiques de l'Union européenne aux produits non agricoles », Bruxelles, COM(2014) 469 final, 15 juillet 2014, 27 p. Disponible en ligne : https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0469&from=FR L'étude a également révélé que le prix d'un produit sous indication géographique est, en moyenne, 2,23 fois supérieur au prix d'un produit comparable sans indication géographique, ce qui n'est pas négligeable pour les producteurs au vu de certains coûts liés à la mise en œuvre ou pour tout simplement faire parti du système. Voir aussi CHEVER (T.), RENAULT (C.), RENAULT (S.), ROMIEU (V.) (AND International), *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)*, Octobre 2012 ; 10 p. Disponible en ligne : http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

[217] L'objectif de la protection est d'assurer aux consommateurs que les produits enregistrés sous AOP ou IGP garantissent une typicité en raison de leur provenance géographique déterminée et des caractéristiques particulières, soit une garantie de qualité. Cet objectif ne serait pas atteint si une AOP pouvait être ou devenir une dénomination générique : CJUE, 20 décembre 2017, *Comité interprofessionnel du Vin de Champagne c/ Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co*, aff. C-393/16 (ECLI:EU:C:2017:991) (« *Champagner Sorbet* »), pt 48.

[218] Art. 13 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art.103 §3 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 21 §3 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §3 du règlement (UE) n°251/2014.

voire dans l'Union européenne et que les producteurs grecs ne demandaient pas la protection de leur appellation. Que se passerait-il également si des tiers peu scrupuleux invoquaient le caractère générique d'une appellation d'origine alors que les utilisateurs originaux utilisaient toujours ladite appellation et s'employaient à la protéger ? [219] Dans ces hypothèses, le nom géographique enregistré pourrait-il dégénérer ou serait-il toujours protégé ? Il est en principe de la responsabilité de la Commission européenne et des Etats membres de s'opposer à toute dégénérescence[220]. Mais que se passerait-il encore si la Commission ou les Etats membres n'agissaient pas ? Il semblerait que certaines dénominations puissent être délocalisées, indépendamment de la volonté des producteurs « originels », entraînant des conséquences non-négligeables en raison des enjeux juridiques, sociologiques et économiques inhérents. En raison de leur notoriété et de la généralisation de leur usage, elles peuvent, par exemple, s'évader de leur zone géographique d'origine et être utilisées par d'autres (§1). En outre, certaines dénominations peuvent dégénérer par simple fait intentionnel des producteurs de ladite dénomination (§2).

§1. Le risque de dégénérescence par faits extérieurs

Une fois l'enregistrement effectif, la dénomination géographique est protégée contre toute dégénérescence en dénomination générique. Ce principe s'applique indépendamment de la catégorie de produits visée, ce qui montre tout l'enjeu de l'enregistrement d'une dénomination. Toutefois, un nom géographique peut ne pas avoir la même signification dans un pays qui demande la protection que dans celui où la protection a déjà été accordée[221]. Cela n'implique toutefois pas inéluctablement

[219] "*A recent study queries whether "cannot be deemed to have become generic" operates as a bright line rule at all, while asling whether related defences such as acquiescence - based on sufficiently long-standing and uninterrupted use by external traders - would continue to operate. This is further evidence of the clash between an approach built around the ascertainment of a sign's meaning and one witch seeks to protect the reified signifier as a valuable "thing" for other reasons*." : DEV GANGJEE, *Relocating the Law of Geographical Indications*, Cambridge University Press, 2012, 341 p.

[220] Les autorités compétentes des Etats membres doivent mettre en place des plans nationaux de contrôle pluriannuels, définir des sanctions dissuasives, proportionnées et effectives et prendre des mesures administratives (amendes, retrait de la vente, destruction ou encore fermeture, etc), voire judiciaires, à l'encontre des utilisateurs frauduleux. EUIPO, *Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States*, préc. Voir le règlement (UE) 2017/625, préc.

[221] CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission*, aff. C-465/02 et C-466/02 (ECLI:EU:C:2005:636). GEVERS (F.), "*Feta: death and resurrection of a GI*", *BMM Bulletin*, 2006, pp. 175–178.

que le nom du produit soit devenu générique. A l'appui de la définition donnée par la réglementation européenne, la détermination d'un terme générique doit prendre en compte tous les critères pertinents, et notamment « *la situation existante dans les zones de consommation* » et les « *actes juridiques pertinents de l'Union ou nationaux* »[222]. Mais cette liste est non exhaustive et aucune précision n'est donnée quant à l'articulation de l'ensemble de ces critères[223]. Cela semble surtout laisser place à un vaste « marchandage »[224] entre les différents Etats, susceptible d'entraîner des abus (A). Bien que les textes donnent quelques indices pour déterminer si un nom est devenu ou non générique, force est de constater que le juge européen joue un rôle décisif dans l'appréciation de l'acquisition du caractère générique ou non d'une dénomination géographique en cas de contestation de la licéité de son enregistrement[225] (B).

A. Le processus de négociation sur la scène internationale

La reconnaissance d'une dénomination comme « générique » peut entraîner des conséquences importantes puisqu'une dénomination devenue générique ne peut plus être protégée, alors qu'elle peut être considérée comme telle dans un pays mais pas dans un autre. Aucune dénomination générique n'a pourtant été officiellement consacrée comme telle sur le territoire européen (1). Une liste non-exhaustive a été établie par la Commission européenne[226], la preuve de la généricité d'une dénomination étant difficile à établir. Certes, les AOP et les IGP restent bien protégés

[222] Art. 41 §2 du règlement (UE) n°1151/2012. Ces critères d'appréciation sont repris en des termes quasi identiques à l'article 101 §1 du règlement (UE) n°1308/2013, à l'article 35 du règlement (UE) 2019/787 et à l'article 18 §1 du règlement (UE) n°251/2014.

[223] La Commission européenne est, toutefois, habilitée à « *adopter des actes délégués établissant des règles supplémentaires afin de déterminer le caractère générique* » des dénominations. Art. 41 §3 du règlement (UE) n°1151/2012.

[224] RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit.

[225] L'article 4 de l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits, du 14 avril 1891 [Révisé en dernier lieu à Stockholm le 14 juillet 1967] (entrée en vigueur : 26 avril 1970) laisse une grande latitude aux tribunaux des divers pays pour déterminer les appellations ayant ou non un caractère générique : « *les tribunaux de pays [ont] à décider quelles sont les appellations qui [ont un] caractère générique* ». Au niveau de l'Union Européenne, c'est la CJUE, autrefois appelée CJCE, qui est compétente à apprécier de la généricité ou non d'une dénomination géographique.

[226] Art. 3 §3 du règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 : « *Avant l'entrée en vigueur du présent règlement, le Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission, établit et publie au Journal officiel des Communautés européennes une liste indicative non exhaustive des noms des produits agricoles ou des denrées alimentaires qui relèvent du présent règlement et qui sont considérés, aux termes du paragraphe 1, comme génériques et ne peuvent, de ce fait, être enregistrés au titre du présent règlement* ».

entre les pays signataires d'accords offrant une protection soutenue tels l'Arrangement de Lisbonne ou encore l'Accord de l'OMC sur les ADPIC. Concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international, l'Arrangement de Lisbonne qui jouit d'une plus large portée, prévoit notamment qu'une fois l'appellation enregistrée, elle ne pourra jamais être considérée comme générique, aussi longtemps qu'elle se trouvera protégée dans le pays d'origine[227]. Ainsi, il assure, sans renouvellement de l'enregistrement, la protection de la dénomination dans les pays de l'Union tant que durera la protection nationale[228]. Par conséquent, l'Appellation d'origine est perpétuelle. Une fois l'enregistrement effectif, les autres États signataires auront aussi l'obligation de prévoir des moyens de recours contre toute usurpation ou imitation d'une appellation d'origine sur leur territoire. Mais ces accords restent insuffisants quant au nombre relativement restreint de Parties signataires[229] et quant à leur mise en œuvre, encore trop dépendantes de législations nationales divergentes. En outre, même si une dénomination géographique est protégée dans son pays d'origine, elle devra tout de même faire face à ceux dont les intérêts diffèrent de la politique de protection des indications géographiques[230]. Par conséquent, une solution efficace et définitive de résolution des conflits quant à la généricité réside dans la conclusion d'accords entre l'Union européenne et certains pays tiers, accompagnés d'engagements réciproques (protection accrue contre un meilleur accès au marché européen en matière d'exigences douanières ou d'étiquetage). En tout état de cause, la conclusion d'accords bilatéraux montre qu'il est possible de négocier l'abandon du caractère générique de certaines dénominations géographiques (2).

1. La difficile reconnaissance des noms devenus génériques

En 1993, la Commission a sollicité les Etats membres pour qu'ils lui proposent une liste de noms de produits qu'ils considéraient comme susceptibles d'être reconnus comme des dénominations génériques. Sur la base de listes

[227] Voir CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, aff. C-3/91 (ECLI:EU:C:1992:420).
[228] Art. 6 de l'Arrangement de Lisbonne. L'enregistrement ne prévoit aucun délai, ni aucune durée de vie des droits qui en découlent : Art. 5 de l'Arrangement de Lisbonne.
[229] Pour la liste des parties signataires des différents traités, voir le site de l'OMPI : http://www.wipo.int/treaties/fr
[230] Voir en ce sens le cas de l'appellation d'origine *Feta* : CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission*, préc. GEVERS (F.), "Feta: death and resurrection of a GI", art. cit.

notifiées par ces derniers en prenant en considération les législations pertinentes ainsi que les suggestions des Etats d'origine des produits et celle des autres Etats membres et sur la base du Comité scientifique, la Commission a élaboré une liste indicative et non exhaustive[231] de dénominations pouvant être considérées comme génériques. Cette liste ne comportait que six dénominations[232], toutes afférentes à des fromages : Gouda [233], Edam [234], Emmentaler [235], Cheddar [236], Brie [237] et Camembert[238]. Ces dernières étaient libres d'utilisation. Autrement dit, tout opérateur économique pouvait utiliser ces termes sans conditions spécifiques et notamment sans avoir à respecter un cahier des charges. Cette liste n'a pas été retenue par le Conseil. La majorité requise pour son adoption n'a en effet pas été retenue[239], non pas parce qu'il y avait un doute quant au caractère générique des dénominations, mais parce que certains Etats membres[240] souhaitaient voir figurer dans ladite liste, certaines dénominations telles que la feta grecque, la sauce béarnaise ou les

[231] Alors qu'elle pourrait garantir « *la sécurité juridique des utilisateurs, qui sauraient lesquelles ne pas utiliser pour éviter l'accusation d'usurpation* » dans le cadre d'une demande d'enregistrement ou d'un éventuel contentieux. LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis*, *op. cit.:* Citant une réflexion de FRANCOIS (R.), *Les Dénominations génériques*, Université Robert Schuman de Strasbourg, Mémoire de Diplôme d'Études Approfondies (DÉA), 2002, 131 p. Disponible en ligne : http://www.ceipi.edu/uploads/media/Memoire_RFrancois.pdf.

[232] Le Gruyère ne figure pas sur la liste des produits génériques puisque le terme *Gruyère* est enregistré comme une Indication géographique protégée en France et en Suisse, en tant que dénomination frontalière.

[233] Aux Pays-Bas, Gouda Holland est protégé comme Indication géographique protégée et Noord-Hollandse Gouda comme Appellation d'origine protégée.

[234] Aux Pays-Bas, Edam Holland est protégé comme Indication géographique protégée et Noord-Hollandse Edammer comme Appellation d'origine protégée. Voir Question écrite n°769/96 de Jan MULDER (ELDR) à la Commission relatif à la protection des appellations d'origine géographique des produits agricoles, JO du 25 septembre 1996, N°C280, p. 76.

[235] L'Emmental de Savoie et l'Emmental est-central en France ou l'Emmental allemand « Allgäuer Emmentaler » sont protégés mais le terme Emmental est considéré comme générique.

[236] KERR (W.-A.), "Enjoying a Good Port with a Clear conscience: Geographic Indicators, Rent Seeking and Development". *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 7(1), 2006, pp. 1-14.

[237] Le Brie de Meaux et le Brie de Melun sont protégés comme AOP mais le terme Brie est considéré comme générique.

[238] Seul le nom complet indiquant la région d'origine comme *Camembert de Normandie* est protégé.

[239] CJCE, 16 mars 1999, *Royaume de Danemark, République fédérale d'Allemagne et République française c/ Commission*, aff. jtes C-289/96, C-293/96 et C-299/96 (ECLI:EU:C:1999:141).

[240] On voit mal un Etat membre qui souhaiterait voir une de ses dénominations géographiques enregistrée comme AOP la proposer à la liste des termes génériques. Les signes officiels de qualité ont, en effet, une grande importance pour l'économie de l'Etat membre (France : près de 20 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour l'ensemble des produits sous AOP en 2016, dont 19,1 milliards pour les produits viticoles - Source : http://www.inao.gouv.fr). Cette liste restreinte s'explique par *« des conflits survenus entre les États membres au sujet de la qualification de diverses dénominations géographiques, telles que le « Feta »en particulier* » : LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis*, *op. cit.,* pt 770.

gaufres de Bruxelles. Cette liste n'a donc jamais officiellement vu le jour[241] mais il est entendu implicitement sur la scène européenne et mondiale que les six dénominations de fromages sont devenues génériques.

La notion d'un terme générique ou non dépend très clairement de la zone concernée. Il est tout à fait possible qu'une dénomination géographique soit considérée comme une AOP ou IGP dans un ou plusieurs pays alors que la même dénomination géographique (ou son équivalent dans une autre langue) peut être considérée comme absolument générique pour le même produit dans un autre. Le champagne est par exemple présumé être une dénomination protégée dans la quasi-totalité des pays du monde alors que dans un nombre de pays très limité, notamment en Russie ou en Arménie, on considère que la variante russe ou arménienne constitue des dénominations génériques. Aussi surprenant, la « Noix de Grenoble », qui est une AOP en France[242] pour les noix produites sur une zone géographique délimitée, entre l'Isère, la Drôme et la Savoie, est considérée comme une dénomination générique au Canada. Dans le cadre des négociations du CETA, la France a présenté une liste d'environ 150 dénominations de l'Union européenne protégées au Canada[243]. Mais le terme « noix » tout court n'existe pas sur ce territoire, c'est soit « noix de pécan », « noix de cajou », « noix de coco » ou « noix de grenoble ». Le terme « noix » en français signifie « noix de grenoble » au Canada sans majuscule, qui est la traduction de « walnut » dans la partie francophone du Canada. Il est utilisé pour désigner la noix, le fruit du noyer, sans tenir compte de son origine. Ainsi, réserver « noix de grenoble » reviendrait à demander à la France si la « noix de Cajou » (fruit de l'anacardier) est une ville en Chine. Elle a donc logiquement été retirée de la liste.

---

[241] Une liste des dénominations génériques « *garantirait la sécurité juridique des utilisateurs, qui sauraient lesquelles ne pas utiliser pour éviter l'accusation d'usurpation* » : LE GOFFIC (C.), 2010 : 423.

[242] Règlement (CE) n°1107/96, préc..

[243] L'Accord économique et commercial global (CETA) entre le Canada et l'Union européenne (JOUE L 11, 14.01.2017, p. 23-1079) prévoit la protection de 161 indications géographiques européennes dont 42 appellations françaises représentant 30 Indications géographiques, hors vins et spiritueux. Mais le CETA ne reconnaît pas 42 AO/IGP, mais 42 produits (dont 28 concernant des fromages), dont certains relèvent de la même AO/IGP : par exemple « Pruneaux d'Agen » et « Pruneaux d'Agen mi-cuits » relèvent de la même AO/IGP, alors que le traité distingue les deux. De même pour « Reblochon » et « Reblochon de Savoie », ou pour « Cantal » et « Petit Cantal ». L'opération masque ainsi une victoire légèrement inférieure à celle revendiquée par le gouvernement, puisque ce sont seulement 30 AO/IGP françaises qui sont juridiquement reconnues par le Traité.

Il est parfois possible de remédier au caractère générique de certaines dénominations. Un terme générique peut en effet être enregistré à condition d'inclure une référence géographique complémentaire et de respecter les exigences liées à l'enregistrement en tant qu'AOP ou IGP. De nombreuses dénominations géographiques citées précédemment ont ainsi été enregistrées ultérieurement, sous une forme complexe (composée), en tant qu'AOP ou IGP. Il s'agit de noms de produits dits « composés » ou « mixtes ». A titre d'illustration, l'enregistrement de l'IGP « Gouda Holland » pour des fromages produits aux Pays-Bas à partir de lait de vache provenant d'éleveurs néerlandais de vaches laitières et transformé en produit consommable dans les salles d'affinage néerlandaises avait suscité en 2010 une opposition[244] de la part d'un groupement professionnel de fabricants et de distributeurs allemands de gouda, dont les entreprises membres avaient commercialisé 169 550 tonnes dudit fromage en 2007. La CJUE a jugé qu'en vertu de l'article 13 paragraphe 1, deuxième alinéa, du Règlement (CE) n°510/2006, l'enregistrement d'une AOP ou d'une IGP qui contient un terme générique ne peut avoir pour effet de priver les tiers d'utiliser ce terme générique à titre commercial sur le territoire de l'Union[245]. Cette disposition prévoit que lorsque le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire qui s'inscrit dans une dénomination enregistrée est générique, l'utilisation commerciale de ce nom n'enfreint pas la protection de ladite dénomination enregistrée[246]. La Commission européenne avait d'ailleurs précisé dans le règlement (UE) n°1122/2010 du 2 décembre 2010, portant enregistrement de la dénomination « Gouda Holland » au registre que, nonobstant l'enregistrement de cette dénomination, les fabricants et distributeurs allemands de gouda pouvaient continuer librement à fabriquer et vendre leurs fromages sous le nom « Gouda » dans le commerce au sein de l'Union européenne, « *dès lors que les principes généraux de l'ordre de l'UE sont respectés* ». C'était dire, d'une manière codifiée, que le terme « Gouda »

[244] Schutzgemeinschaft Milchund Milcherzeugnissee.V. a demandé l'annulation de l'ordonnance du Tribunal de l'Union européenne du 3 septembre 2014 (aff. T-113/11, ECLI:EU:T:2014:756) par laquelle celui-ci a rejeté son recours tendant à l'annulation du règlement (UE) n°1122/2010 de la Commission, du 2 décembre 2010, portant enregistrement d'une dénomination au registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Gouda Holland (IGP)] (JOUE L 317 du 3.12.2010, p. 22–29).

[245] CJUE, 6 octobre 2015, *Schutzgemeinschaft Milchund Milcherzeugnissee.V. c/ Commission européenne, Royaume des Pays-Bas, Nederlandse Zuivelorganisatie*, aff. C-519/14 P (ECLI:EU:C:2015:702), pt 21.

[246] Art. 13 §1 al. 2 du règlement (CE) n°510/2006. Cette disposition a été reprise par l'article 13 §1 al. 2 du règlement (UE) n°1151/2012. Rien n'est toutefois précisé pour les produits vitivinicoles, boissons spiritueuses et boissons aromatisées.

pouvait être utilisé mais qu'il fallait éviter d'utiliser des symboles trompeurs comme faire figurer sur l'emballage des photos d'une Hollandaise, d'un moulin, du drapeau national ou faire des références aux couleurs des Pays-Bas pouvant potentiellement induire le consommateur en erreur quant à l'origine ou à la provenance des denrées alimentaires. Les produits doivent avoir une indication claire et visible de leur origine géographique.

En France, des débats sur l'AOP « Camembert de Normandie » ont également vu le jour. Il va de soi que le camembert est un terme générique[247]. La France a d'ailleurs elle-même renoncé à son emploi exclusif en 1951 quand elle a été partenaire de la convention internationale de Stresa pour l'utilisation des appellations d'origine et désignations des fromages[248], ce qui a permis aux autres parties contractantes de pouvoir l'utiliser librement[249]. La France a, par la suite, conclu une série d'accords bilatéraux où elle reconnaissait l'utilisation du terme « Camembert ». En 1986, « Camembert de Normandie » a été reconnue[250] comme AOC pour couvrir les productions traditionnelles au lait cru en Normandie avec un cahier des charges à respecter (fabrication au lait cru, issu d'un troupeau essentiellement normand, moulé en cinq couches successives, de forme ronde et plate de 10,5 à 11,5 cm de diamètre et de 3 cm d'épaisseur, pesant au moins 250 grammes, etc.)[251].

---

[247] Le camembert est un produit national car fabriqué dans différentes régions. L'appellation d'origine a été refusée car le terme « Camembert » a été jugé « générique » en 1926 par la Cour d'appel d'Orléans, dans la mesure où sa fabrication s'était généralisée sans protestation. CA Orléans, 20 janvier 1926, Gaz. Pal. 1926, 1, p. 595 ; CA Orléans, 20 janvier 1926 : Ann. Propr. Ind. 1927, p. 331, note FERNAND-JACQ ; CJCE, 26 février 2008, *Parmesan,* préc., pt 36.

[248] La Convention internationale sur l'emploi des appellations d'origine et dénominations de fromages a été conclue à Stresa le 1er juin 1951, puis publiée au JO du 11 juin 1952, rectificatif 20 juin 1952, par le décret nº 52-663 du 6 juin 1952. Elle a été signée entre l'Autriche, le Danemark, la France, l'Italie, la Norvège, les Pays-Bas, la Suède et la Suisse. Depuis, est intervenu le règlement (CEE) nº2081/92.Outre le Camembert, les dénominations Danablu, Edam, Emmental et Gruyère n'ont pas été reconnues par la Convention car elles étaient également perçues comme génériques. Toutefois, leur utilisation est possible sous réserve d'être conforme aux normes de production établies par le *Codex Alimentarius*, qui est un recueil de normes alimentaires élaboré par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'OMS.

[249] La seule exigence était d'indiquer clairement l'origine véritable du produit. Art. 4 de la Convention de Stresa : « *Les dénominations de fromages portées à l'annexe B ne peuvent être transférées à l'annexe A; elles peuvent être employées par les autres Parties Contractantes pour désigner exclusivement des fromages fabriqués sur leur territoire et répondant aux caractéristiques définies à l'annexe B, à condition que la dénomination soit accompagnée de l'indication du Pays de fabrication en caractères identiques, dans leurs types, dimensions et couleurs, à ceux utilisés pour la dénomination.* »

[250] Décret n°86-1361 du 29 décembre 1986 relatif à l'appellation d'origine « Camembert de Normandie ». Bien que le camembert soit fabriqué dans le monde entier, le Camembert de Normandie bénéficie de l'AOP depuis 1996. Voir le règlement (CE) n°1107/96, préc..

[251] *« Le décret créant une appellation d'origine viendra après la bataille, après que la plupart des producteurs aient succombé à l'offensive des fromageries industrielles. 1983, soixante-quatorze ans après sa première réunion, le Syndicat des fabricants du véritable camembert de Normandie (SFVCN), toujours vivant, mais réduit*

Cette appellation a pendant longtemps coexisté avec la mention « fabriquée en Normandie », qui désigne un camembert fabriqué en Normandie dans une usine située en région normande, quels que soient la provenance et le traitement du lait. Mais les défenseurs du fromage traditionnel au lait cru jugent que l'utilisation du nom de la région pour des produits aux exigences de qualité moindres (pasteurisation du camembert) porte préjudice au caractère d'excellence associé au nom « Camembert » et à sa filière laitière normande AOP. Un accord de principe a, par conséquent, été mis en place par l'INAO[252] le 21 février 2018 pour mettre fin à l'affaire « Camembert » qui oppose depuis plus de trente ans ces deux produits « AOP Camembert de Normandie » et Camembert « fabriqué en Normandie ». Le communiqué de l'INAO précise que cet accord vise à mettre fin au manque de lisibilité pour les consommateurs qu'entraîne la coexistence de ces deux produits. Cette solution réside dans la création d'une grande AOP « Camembert de Normandie », à partir de 2021, déclinée en deux versions : une version de base sous le nom actuel « *Camembert de Normandie* » (venant remplacer le « *Camembert fabriqué en* ») pour le lait traité thermiquement mais le tout avec du lait 100 % normand, et une version plus qualitative sous le nom de « *Véritable camembert de Normandie* » pour le lait cru. Alors qu'elle souhaitait faire retirer le terme « *Normandie* » des camemberts industriels et ainsi faire appliquer la loi, l'AOP « *Camembert de Normandie* » se retrouve désormais avec une nouvelle règle qui va permettre aux industriels et aux producteurs locaux d'appeler leur fromage « *Camembert de Normandie* » produit à partir de lait pasteurisé.

Comme l'a relevé Mme Séverine Visse-Causse, la protection quasi absolue des appellations d'origine ne peut être invoquée en matière d'indications géographiques contenant des termes génériques : « *la difficulté pour les producteurs de « Camemberts de Normandie » est autre : interdire l'usage de la dénomination « Normandie » reviendrait à interdire l'usage d'une chose*

à la portion congrue, obtient enfin un décret fixant les règles de l'appellation d'origine contrôlée « camembert de Normandie » […] L'appellation d'origine impose quelques règles de fabrication, mais n'impose rien quant à l'origine et à la qualité du lait employé. Il suffit que le lait utilisé ait été collecté en Normandie […] Un label AOC et les mentions « camembert de Normandie » et « au lait cru, moulé à la louche » désignent au consommateur les produits qui ont satisfait à ces règles. » : BOISARD (P.), « Le camembert, mythe français », Odile Jacob, Mai 2007, 300 p.

[252] Source : https://www.inao.gouv.fr/Espace-presse/Camembert-de-Normandie-un-accord-de-principe-dans-le-calendrier-annonce

commune »[253]. Cela ne change pas la situation sur le plan juridique : lorsqu'une IGP ou une AOP contient un terme générique, le champ de protection accordé ne peut être qu'extrêmement limité.

En l'absence de protection réglementaire, le terme « Camembert » peut être utilisé librement par tous pour désigner tout type de produit. C'est un principe inhérent au droit des marques et des signes distinctifs : les termes génériques ne peuvent par nature faire l'objet d'aucun monopole. Aujourd'hui, le camembert est produit/copié dans de nombreux pays, dont la France, ce qui s'avère être problématique. Si un sondage concernant sa provenance géographique pouvait être réalisé dans les 27 autres Etats membres de l'Union européenne, le terme « Camembert » évoquerait, en effet, très certainement un fromage d'origine française. De la même manière, le terme Gouda évoquerait dans l'esprit du public, un fromage d'origine hollandaise. Or, il est clair que le gouda est un terme générique pour les producteurs néerlandais et à travers l'ensemble du territoire néerlandais, et non uniquement dans la ville du Gouda. Même constat en France pour le camembert qui peut être produit en Anjou, en Corse, en Bretagne ou à Paris. Le terme camembert va finalement perdre sa connotation purement géographique et rien n'aura été entrepris pour l'éviter[254].

Il est intéressant de souligner que la réglementation européenne en la matière interdit les produits portant un nom géographique précédé d'une mention délocalisante (« *style* », « *façon* », « *type* ») ou encore les produits portant une fausse indication mais mentionnant l'origine véritable du produit. Pour certains, son utilisation n'est qu' « *un artifice pour légitimer à tort le fait d'invoquer le nom d'une indication géographique à laquelle on n'a pas le droit* »[255], la qualifiant ainsi de « *parasitisme économique* ». Pourtant, l'Union européenne, qui souhaiterait établir une liste de noms dits génériques, semble protéger les semi-génériques tels que

[253] VISSE-CAUSSE (S.), « La guerre des camemberts est déclarée… – Des conséquences du mauvais usage de l'appellation d'origine », *Revue de droit rural,* n°406, Octobre 2012.

[254] *« En l'absence de protection réglementaire, le camembert a conservé, partout dans le monde, son identification à la nation française. Ses multiples copies, hommages rendus au véritable camembert, ont eu la vertu d'entretenir le mythe. »* : BOISARD (P.), *Le camembert, mythe français*, Odile Jacob, mai 2007, 300 *p*.

[255] BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin ; aspects juridiques du marché vitivinicole, op. cit.*, p. 116.

« Camembert de Normandie » alors que sa réglementation l'interdit[256]. Cette situation tend à aggraver le risque certain de dégénérescence, présentant ainsi le terme « Camembert » comme un type de fromage, sans réelle provenance géographique.

2. L'importance des accords bilatéraux : l'abandon du caractère générique de certaines dénominations

Une dénomination géographique enregistrée ne peut être ni devenir générique. Il est, en principe, de la responsabilité de la Commission européenne et des Etats membres de s'opposer à toute dégénérescence[257]. Cela devient, en revanche, plus complexe lorsque l'usurpation se situe hors du territoire européen[258]. La dénomination grecque « Feta » fait, par exemple, encore l'objet de très nombreuses convoitises depuis son enregistrement par la Commission européenne en 2002[259], de par son succès commercial et sa renommée importante. La production en dehors de la zone définie existait déjà au moment de son enregistrement et était sensiblement supérieure à celle de la Grèce[260].
Comme les autres droits de propriété intellectuelle, l'AOP ou l'IGP est soumise au principe général de territorialité[261]. Cela signifie que seule la situation au sein de

[256] Voir SORGHO (Z.), *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce*, préc. : l'Union européenne accepte de protéger des dénominations complexes associant ces termes initialement perçus comme génériques, alors que, ses règles applicables nient toute protection de dénominations semi-génériques.
[257] Il incombe en principe à la Commission européenne, par la conclusion d'accords bilatéraux et aux Etats membres par la mise en place de mesures nécessaires, de s'opposer à toute dégénérescence. LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit,* n°764 : « *Dans les systèmes communautaires et français, cette protection est d'autant plus efficace qu'elle peut être mise en œuvre d'office par les Etats* ». A titre d'illustration, les dénominations enregistrées en France ne peuvent jamais être considérées comme présentant un caractère générique et tomber dans le domaine public : Art. L 643-1 du C. rur. L'INAO et la DGCCRF, et sous la vigilance de la Commission européenne, mettent en œuvre une protection spécifique permettant d'assurer en permanence la défense des appellations d'origine tant sur le territoire national qu'à l'étranger, l'objectif étant d'assurer la sauvegarde des intérêts des producteurs et des consommateurs. PEGAZ (C.), « La défense de l'AOC », *Revue Lamy Droit des Affaires*, 2004.
[258] DAS (K.) (2010). Geographical Indications at the WTO: An Unfinished Agenda. Discussion Paper, N°162, Research and Information System for Developing Countries, 82.
[259] Règlement (CE) n°1829/2002 de la Commission du 14 octobre 2002 modifiant l'annexe du règlement (CE) n°1107/96 en ce qui concerne la dénomination Feta (JOCE n° L 277 du 15 octobre 2002).
[260] En 2005, les juges ont d'ailleurs rejeté un recours introduit par l'Allemagne et le Danemark - soutenu par la France et la Grande-Bretagne - concernant le droit de leurs producteurs de poursuivre l'utilisation de la dénomination Feta pour leurs fromages, au motif que le nom « Feta » était devenu générique. CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission*, préc.
[261] Voir *Les indications géographiques et le principe de territorialité*, 9ème session, Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques, OMPI, Genève, 11 – 15

l'Union européenne prévaut, étant entendu que la « Feta » grecque a été enregistrée par la Commission européenne. La « Feta » danoise, allemande ou française ne peut alors pas être étiquetée sur le territoire européen, y compris lors du passage en douane et même s'il est avéré qu'elle est destinée à l'exportation[262]. Les droits ne sont conférés que pour le territoire grec dans lequel la dénomination est protégée. Mais une fois les frontières européennes franchies, la réglementation de l'Union ne s'applique pas et un ré-étiquetage utilisant le terme « Feta » est possible. L'exemple de la « Feta » démontre bien l'importance de la conclusion d'accords bilatéraux, l'objectif étant d'étendre la protection des indications géographiques figurant au registre de l'Union européenne au-delà des frontières européennes[263].

A titre d'illustration, la Communauté européenne a conclu, en juin 2003, avec le Canada, un accord bilatéral relatif au commerce des vins et des boissons spiritueuses[264], qui a permis progressivement de mettre un terme à l'utilisation

novembre 2002. Voir, BOUCHE (N.), *Le principe de territorialité de la propriété intellectuelle*, L'Harmattan, Paris, 2002. Voir BERGE (J.-S.), *La protection internationale et européenne du droit de la propriété intellectuelle, Présentation – Textes – Jurisprudences – Situations*, Ed. Larcier, 2015.

[262] La Cour a introduit le 8 avril 2020 un recours contre le Danemark en ce que les autorités nationales auraient manqué aux obligations qui leur incombent, conformément au règlement n(UE) °1151/2012. En effet, elles auraient tolérer que des opérateurs danois fassent une utilisation illégale de l'appellation « Feta » en produisant et commercialisant vers des pays tiers des imitations du fromage « Feta », , alors qu'elles sont tenues de prendre les mesures administratives et judiciaires qui s'imposent pour prévenir ou arrêter ladite utilisation. Recours introduit le 8 avril 2020, Commission européenne c/ Royaume de Danemark, aff. C-159/20 *(*JOUE C 201 du 15.6.2020, p. 18–19).

[263] OLSZAK (N.), « Les appellations d'origine et les négociations internationales », (Communication au Congrès de l'ATRIP, Montréal, 12 juillet 2005), in Y. Gendreau (sous la dir.), *Propriété intellectuelle : entre l'art et l'argent – IntellectualProperty : Bridging Aesthetics and Economics*, Montréal, Thémis, 2006, pp. 267-278. En ce sens : DELAGE (J.-N.), LAPIERRE (M.-J.), « Buvons un dernier verre de champagne canadien », *Cahiers de propriété intellectuelle*, 2005, Vol. 17, n°1, p. 119.

[264] Art. 12 : « *1. À l'issue de la période transitoire indiquée ci-après, le Canada cessera de juger les noms de vins énumérés ci-dessous comme étant des termes usuels employés dans le langage courant du Canada comme noms communs de vins, comme le prévoit l'article 24, paragraphe 6, de l'Accord des ADPIC (Bordeaux, Chianti, Claret, Madeira, Malaga, Marsala, Medoc, Médoc, Mosel, Moselle, Chablis, Champagne, Bourgogne, Burgundy, Port, Porto, Rhin, Rhine, Sauterne, Sauternes, Sherry). 2. À compter de la date d'entrée en vigueur du présent accord, aucun des noms de vins énumérés au paragraphe 1 ne peut être utilisé pour désigner ou présenter un vin canadien certifié répondre aux règles VQA* ». Outre cet accord, bon nombre d'accords bilatéraux ont été conclus tels que l'Accord entre la Communauté européenne et les États-Unis mexicains concernant la reconnaissance mutuelle et la protection des dénominations dans le secteur des boissons spiritueuses (JOCE L 152 du 11.6.1997, p. 16-26).

générique de dénominations européennes[265]. La Commission européenne en tant que négociatrice demande systématiquement une clause selon laquelle il ne saurait y avoir de généricité post-protection et demande une protection *ex officio*. En outre, lorsqu'une générécité est avérée, elle propose une période transitoire[266] afin de mettre fin aux utilisations concurrentes d'indications géographiques. A cet égard, certains accords utilisent « *not deemed to become generic* »[267] au lieu de « *shall not become generic* »[268]. Cette subtilité linguistique reflète bien là la priorité européenne de récupérer l'exclusivité de certaines indications géographiques. Cela signifie que même s'il est prouvé que la dénomination est *de facto* devenue générique depuis son enregistrement, ladite réalité ne pourrait être transformée de jure en négation de la protection. Toutefois, ce concept de protection absolue se heurte parfois au manque de reconnaissance des indications géographiques hors de l'Union européenne. La Commission doit faire face à des dissensions et peut avoir certaines difficultés à parvenir à un accord commercial, pour rétablir les droits dans les pays dans lesquels ils ont été perdus. La Commission négocie, en effet, avec certains partenaires commerciaux internationaux qui peuvent parfois être dans une approche plutôt pro-américaine[269] en ce qui concerne la protection des indications

[265] NADON (J.-F.), BOZE (J.-C.), « Pourquoi Médoc n'est plus une appellation générique au Canada ? », *Les Cahiers de Propriété Intellectuelle*, Vol.17, N°1, 2005. L'Accord de 2003 relatif au commerce des vins et spiritueux a été intégré à l'Accord économique et commercial global (AECG) ou plus connu sous son acronyme anglais CETA (*Comprehensive Economic and Trade Agreement*). L'utilisation de Bordeaux, Medoc/Médoc, Chianti, Malaga, Claret, Madeira, Marsala et Mosel/Moselle a cessé dès l'entrée en vigueur de l'Accord ; Bourgogne/Burgundy, Sauterne/Sauternes, Rhin/Rhine après le 31 décembre 2008 ; Champagne, Chablis, Port/Porto et Sherry après le 31 décembre 2013. Le nom « Champagne » devient une IGP au Canada en décembre 2015. O'CONNOR (B.), *The law of geographical indications*, Cameron May, 2004.

[266] L'article 13 §2 du règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 prévoit que les Etats membres aient la possibilité d'instaurer un régime transitoire de 5 ans à condition que « *les produits aient été commercialisés légalement sous cette expression durant au moins cinq ans avant la date de publication du présent règlement* » et que « *l'étiquetage fasse clairement apparaître l'origine véritable du produit* ». A titre d'illustration, les industriels laitiers des pays membres de l'Union européenne utilisant le terme « Feta » ont bénéficié d'une période transitoire allant jusqu'en 2007 pour éliminer le mot « Feta » de leur étiquetage. D'ailleurs, le gouvernement français a instauré une période transitoire par un avis ministériel en date du 20 septembre 2003 qui précisait que la dénomination Feta pouvait continuer à être utilisée en France pour des produits ne correspondant pas à la dénomination enregistrée jusqu'au 16 octobre 2007, tout en respectant les conditions visées par l'article 13 §2 du règlement cité précédemment. Avis relatif à l'utilisation de la dénomination feta en France après l'enregistrement de cette dénomination en tant qu'appellation d'origine protégée, JORF n°218 du 20 septembre 2003, p. 16164, texte n°95.

[267] Art. 6 de l'Arrangement de Lisbonne : "*An appellation which has been granted protection in one of the countries of the Special Union pursuant to the procedure under Article 5 cannot, in that country, be deemed to have become generic, as long as it is protected as an appellation of origin in the country of origin*."

[268] Art. 13 du règlement (UE) n°1151/2012 : "*Protected designations of origin and protected geographical indications shall not become generic*".

[269] BIZET (J.), « Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale », préc.

géographiques. Dès lors, et dans le cadre de négociations en vue d'une protection mutuelle, il est possible que ces derniers souhaitent qu'une dénomination spécifique puisse devenir générique. L'Union européenne devra alors leur expliquer que ce n'est pas parce qu'un produit n'a pas circulé pendant une période prolongée (pour cause de problèmes douaniers ou sanitaires par exemple) et qu'il y a une attente des consommateurs, qu'il faut permettre des flux de produits utilisant le nom européen d'autre provenance.

Les accords tentent alors à trouver des consensus entre ces parties qui ne partagent pas la même conception. Le contenu de chaque accord diffère selon la marge de manœuvre de la Commission en matière de négociation. Il est même possible que certaines soient « sacrifiées » sur l'autel des accords internationaux pour des motifs purement politiques, comme ce fut le cas pour la « Feta »[270].

Lors des négociations pour le Traité de libre-échange avec le Canada, l'Union européenne[271] a dû accepter que les producteurs canadiens actifs sur le marché domestique avant le 18 octobre 2013 (date de l'entente de principe entre le Canada et l'Europe) puissent continuer à commercialiser du fromage sous le nom de « Feta » sur le territoire national, les restrictions d'appellation étant limitées aux nouveaux acteurs de la filière[272]. Les Canadiens peuvent, par conséquent, poursuivre la production et la commercialisation de la « Feta » fabriquée à partir de lait de vache bien que ce fromage soit protégé sur le territoire européen[273] et qu'il doive être exclusivement composé de lait de brebis et de chèvre[274] pour être commercialisé.

---

[270] RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit. Voir *Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale*, Mission parlementaire auprès du Premier ministre, Rapport de BIZET (J.), Sénateur, Juin 2005 : « *La Commission a voulu rétablir certaines inégalités de la PAC au profit de la Grèce. En effet, la production danoise de Feta a largement profité des aides européennes. Les avantages économiques liés à une AOP sont non négligeables et la Grèce pourrait en tirer largement partie. (…) Cette dimension politique s'inscrit aussi dans le cadre des négociations à l'OMC. (…)* ».

[271] L'AECG est un partenariat commercial conclu entre le Canada et l'Union européenne et est provisoirement entré en vigueur le 21 septembre 2017, soit huit ans après le démarrage des négociations en 2009. Il doit désormais être ratifié par tous les états membres de l'Union européenne pour qu'il soit complètement appliqué, ce qui n'est pas encore acquis. Voir DEBLOCK (C.), LEBULLENGER (J.), PAQUIN (S.), *Un nouveau pont sur l'Atlantique : L'Accord économique et commercial global entre l'Union européenne et le Canada*, Ed. Broché, 2015.

[272] Les mêmes types de restrictions concernant la Feta s'appliquent à l'Asiago, le Gorgonzola, le Münster et au Fontina.

[273] Déclaration de la Grèce concernant la protection de l'appellation d'origine protégée (AOP) « Feta » dans le cadre de l'AECG : Déclarations à inscrire au procès-verbal du Conseil (JOUE L 11 du 14.1.2017, p. 9–22).

[274] Les seuls fromages qui ont droit à l'appellation « Feta » sont ceux produits exclusivement en Grèce continentale ainsi que le département de Lesbos. « *Le lait servant à l'élaboration de la feta doit provenir de brebis et chèvres de races locales élevées traditionnellement et dont l'alimentation doit se fonder*

Le risque serait ainsi de voir le nom géographique vulgarisé par des consommateurs habitués à manger du fromage de vache tout en pensant manger un produit originaire du pays de production, à savoir la Grèce. En outre, même si l'Union européenne a fait reconnaître cette dénomination comme indication protégée avec plus de 140 autres produits agricoles sur 1500, cette décision peut à terme s'avérer problématique dans le cadre de négociations avec d'autres pays tiers, ce traité pouvant servir de base pour déterminer le niveau de protection de certaines indications géographiques. Cela permettrait éventuellement à d'autres pays d'exiger les mêmes conditions pour la commercialisation de « Feta ».

Outre la nécessite d'enregistrer une dénomination géographique [275], la conclusion d'accords internationaux (convention bilatérale ou autres) est plus que nécessaire pour éviter la dégénérescence d'un nom géographique. Sans ces derniers, une épée de Damoclès planerait en effet en permanence au-dessus des indications géographiques sur la scène internationale. Leurs négociations permettent une meilleure connaissance et reconnaissance du système européen relatif aux indications géographiques[276] par les partenaires commerciaux et offrent ainsi une protection renforcée à moindre coût aux producteurs. Les organismes de producteurs tels que les grands consorzi, consejos reguladores, syndicats de défense pourraient combattre les utilisations abusives de leurs indications géographiques par des tiers non-autorisés, mais l'écrasante majorité de ces opérateurs légitimes ne disposent pas des moyens juridiques, financiers, techniques et logistiques nécessaires pour instaurer un système de veille mondialisé et engager, le cas échéant, des contentieux très coûteux.

---

impérativement sur la flore présente dans les aires de pâturage des régions éligibles ». Règlement (CE) n°1829/2002 de la Commission du 14 octobre 2002 modifiant l'annexe du règlement (CE) n°1107/96 en ce qui concerne la dénomination Feta.

[275] Le défaut de protection du nom dans le pays d'origine peut entraîner une perte de l'origine géographique (exemple avec BASMATI ou le café MOCHA dont l'origine est le Yémen) : KALINDA (F.-X.), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement,* Thèse sous la direction de Y. REBOUL, Université de Strasbourg, 2010, 447 p.

[276] FRANJUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, préc.

B. L'appréciation du caractère générique par le juge européen

Les réglementations de l'Union, les accords bilatéraux ou multilatéraux relatifs aux indications géographiques, les orientations politiques ou le *Codex Alimentarius* permettent de répondre à la question du statut générique, mais la question a été largement clarifiée par la Cour de justice.

En cas de contestation de la licéité de l'enregistrement d'une dénomination géographique, le juge européen demeure le seul à apprécier et à confirmer la généricité (avérée ou non) de la dénomination contestée. Mais se prononcer sur la qualification d'une dénomination s'avère complexe et peut être source de conflits juridiques importants, ce que la jurisprudence européenne attestera. De manière générale, les juges évitent d'écrire noir sur blanc dans les textes que le terme X ou Y est devenu générique. Leur objectif est d'appréhender au mieux la manière dont ces critères, jusqu'ici plutôt imprécis, vont se combiner entre eux (1), afin d'éviter qu'une dénomination géographique ne soit pénalisée face à son succès commercial hors de la zone d'origine, avant sa reconnaissance en tant qu'appellation d'origine[277][278]. La réputation d'une dénomination tend parfois à la faire entrer dans le vocabulaire courant[279], ce qui ne devrait pas entraver toute tentative de protection. En tout état de cause, ils tentent de clarifier l'utilisation des termes génériques, notamment dans une dénomination dite « composée » ou dans un produit contenant comme ingrédient un produit protégé par une appellation d'origine ou une indication géographique protégée (2).

---

[277] Le délai pour enregistrer un produit est assez long. L'examen de la demande par la Commission européenne ne doit, par exemple, pas durer plus de six mois pour les produits agricoles et denrées alimentaires (art. 50 §1 du règlement (UE) n°1151/2012), les produits vitivinicoles (art. 10 du règlement délégué (UE) 2019/33) et pour les boissons spiritueuses (art. 26 §1 du règlement (UE) 2019/787). Il ne faudrait pas que des producteurs situés hors de l'aire d'origine, qui convoitent le terme, puissent s'opposer à la protection demandée en invoquant la délocalisation du terme en cause.

[278] D'ailleurs, le fait qu'une dénomination ne soit pas enregistrée ne conduit pas à la rendre générique. TALLON (A.), *Les appellations d'origine*, *op. cit*. D'après l'organe de presse EURACTIV, la Commission européenne considérait que le terme « yaourt grec » sur des produits fabriqués en dehors de la Grèce serait de nature à tromper le public, même si le nom « yaourt grec » n'était pas protégé par une appellation d'origine. www.euractiv.fr

[279] Une dénomination devient générique dès lors que « *nous sommes en présence d'une appellation géographique qui a consacré l'excellence de certains produits, ou de certains procédés de fabrication ; et la réputation de ces produits ou de ces procédés est devenue si forte que l'on ne désignera plus, dans les transactions, des produits ayant de telles qualités ou préparés dans de telles conditions que sous cette dénomination géographique, qui ne sera plus alors une indication de provenance, mais une appellation générique et nécessaire.* » : ROUBIER (P.), *Le droit de la propriété industrielle*, *Tome 2,* Ed. Recueil Sirey, Paris, 1954, p. 817.

1. L'articulation des différents critères d'appréciation

La réglementation européenne prévoit explicitement que les dénominations protégées ne peuvent pas devenir [280] génériques et définit des critères d'appréciation[281] pour déterminer si une dénomination est devenue générique. Des éléments dégagés de la jurisprudence de la Cour de justice permettent de donner une définition plus précise de ce qu'est une dénomination géographique devenue « générique ». Le juge européen indique qu'une « *dénomination ne devient générique que si le lien direct entre, d'un côté, l'origine géographique du produit et, de l'autre côté, une qualité déterminée de ce produit, sa réputation ou une autre caractéristique de celui-ci, attribuable à ladite origine, a disparu, la dénomination ne faisant plus que décrire un genre ou un type de produits* »[282]. Quelques années plus tard, il indique que l'acquisition du caractère générique est le résultat d'un processus long et complexe, au terme duquel ladite dénomination géographique est devenue usuelle dans le langage courant comme nom commun de produits ou de services[283]. Autrement dit, avant d'être générique, la dénomination était initialement rattachée à l'origine dont elle portait le nom qui, sous l'effet du temps et de sa généralisation[284], a perdu sa signification originelle et, de fait, son identité locale. La dénomination devient « populaire » et, par la force des choses, dégénère. Elle a perdu son

[280] A noter que l'utilisation du terme « devenue » a, ici, toute son importance. Cela signifie qu'une dénomination géographique n'est, *a priori*, pas générique et qu'elle peut le devenir par un phénomène de dégénérescence. Un nom géographique a, par conséquent, vocation à être enregistré comme AOP ou IGP et ainsi, à bénéficier de la protection juridique européenne après son enregistrement.

[281] Art.41 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; article 101 §1 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 35 §1 du règlement (UE) 2019/787 et art. 18 §1 du règlement (UE) n°251/2014.

[282] CJCE, 2 juillet 2009, *Bavaria,* préc*.,* pt 107. Quelques mois après l'élaboration du règlement (CEE) n°2081/92, le juge soulignait que les dénominations génériques désignaient *« des types de produits et ne sont plus évocateurs d'une provenance géographique déterminée* » (CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech,* préc., pt 35).

[283] CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission*, préc., pts 75 à 100 ; CJCE, 26 février 2008, *Parmesan,* préc., pt 53 ; CJCE, 10 septembre 2009, *Alberto Severi c/ Regione Emilia Romagna*, aff. C-446/07 (ECLI:EU:C:2009:530) (« *Salame Felino),* pts. 49 à 52.

[284] J. AUDIER parle de « *fracture géographique* ». AUDIER (J.), « Indications géographiques : le virus « générique », *Propriété intellectuelles*, n°8, Juillet 2003, pp. 252-260. D'ailleurs, dans une affaire rendue le 18 décembre 1991 à propos de la dénomination « Havane » pour des produits du tabac, le Tribunal de Commerce de Namur (3e ch.), le président du Tribunal de commerce avait déjà à l'époque rappelé qu'une dénomination de lieu désignant des produits fabriqués ou cultivés par l'homme est devenue générique « *lorsque l'habitude a été créée et admise, qu'ils soient fabriqués ou cultivés ailleurs qu'au lieu qui les désigne* ». Comm. Namur, 18 décembre 1991, J.T. 1993, p. 52. Mais il faut rester vigilant car « *…le critère de la dégénérescence d'une appellation d'origine en une dénomination générique tient à la perception du public et non à la pratique des intermédiaires…qui peuvent avoir intérêt à entretenir une confusion à des fins commerciales* ». Pratiques du commerce, 1991, p. 108, note D. VAN BUNNEN.

caractère distinctif et ne désigne plus qu'un type de produits[285], puisqu'elle n'est plus évocatrice d'une zone géographique délimitée, d'un terroir, de caractéristiques particulières qualifiantes et/ou d'un savoir-faire. Aucune protection ne peut lui être accordée [286] [287]. Elle tend à créer une certaine confusion dans l'esprit du consommateur quant à l'origine, et donc la qualité de la marchandise, alors que c'est précisément ce que cherche à éviter la réglementation[288].

Lorsqu'il s'agit d'apprécier et de confirmer la généricité (avérée ou non) d'une dénomination contestée, le Cour de justice est extrêmement stricte en la matière. Elle souhaite disposer de toutes les garanties nécessaires avant de se prononcer sur la généricité ou non d'une dénomination. A partir de quel moment convient-il de déterminer qu'une dénomination est tombée dans le domaine public[289] ? Malgré le phénomène de popularisation, la dénomination est-elle toujours protégée ? En cas de litige, les juges européens doivent vérifier si le lien à l'origine a disparu ou non, et si la dénomination est désormais perçue par les consommateurs comme étant une simple référence à un type de produit. Même si la mise en œuvre des critères d'appréciation définis par la réglementation s'avère difficile, la Cour de justice apporte tout de même de nombreux éclaircissements qu'il convient d'analyser. Tout élément pertinent tel que des définitions du produit (dictionnaire, manuels

[285] AUDIER (J.), « Indications géographiques : le virus « générique », art. cit., p. 255.

[286] Le phénomène de la généricité des termes géographiques vient contredire la définition même des dénominations enregistrées. AUDIER (J.), « Indications géographiques : le virus « générique », art. cit., p. 255 et AUDIER (J.), « Génériques et semi-génériques », art. cit.

[287] Sur la même analyse, voir LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France – Union européenne – Etats-Unis, op. cit.,* pp. 404-405.

[288] Cass. Com., 31 janvier 2006, n°04-13.676 : JurisData n°2006-031929 ; Bull. civ. 2006, IV, n°26. Dans cette affaire, la marque *Aoste excellence* a été refusée pour du jambon qui ne bénéficiait pas de l'appellation protégée. La Cour de cassation a cassé et annulé l'arrêt rendu le 26 février 2004 par la Cour d'appel de Lyon. En constatant eux-mêmes que la marque litigieuse déposée postérieurement à l'enregistrement des deux appellations d'origine protégée reprenait l'une des composantes de ces appellations et évoquait l'origine du produit, et que la marque désignait des produits identiques à ceux couverts par les appellations d'origine protégées, les juges d'appel ont ainsi violé les articles 13 §1 et 14 §1 du règlement (CEE) du Conseil du 14 juillet 1992, ensemble l'article L 711-4 du CPI. Ce nom appartenait déjà à un produit identifié, et l'utiliser comme tel serait induire le public en erreur sur l'origine du produit.

[289] Tel est le cas pour la moutarde de Dijon (CA Paris, 19 mars 1929, Ann. propr. ind. 1930, p. 257), le nougat de Montélimar (Cass. Req., 24 octobre 1928, Ann. propr. ind. 1929, p. 113), le savon de Marseille, les choux de Bruxelles, les boules de Berlin, la saucisse de Toulouse, le riz Basmati ou encore les champignons de Paris. Ces noms font désormais partie du domaine public et peuvent être utilisés par n'importe quel producteur, sur n'importe quel territoire. Le terme « basmati » est la désignation courante d'une variété de riz et serait générique : TUE, 30 septembre 2015, *Tilda Riceland Private Ltd c/ OHMI*, aff. T-136/14 (ECLI:EU:T:2015:734). Voir OMC, WT/GC/W/546 et TN/C/W/25, préc., §35. – Sur les contentieux nés de l'utilisation de la dénomination « basmati », hors du sous-continent indien, WATAL (J.), *Intellectual property rights in the WTO and developing countries*, Kluwer Law International, 2001, p. 272.

techniques, recherches sur Internet), des enquêtes auprès des consommateurs, les références utilisées sur l'étiquetage, la publicité, etc., semble être susceptible d'apporter la preuve que la dénomination n'est pas générique[290].

A titre d'illustration, la CJCE s'est prononcée en 1999 sur le caractère générique ou non de la dénomination du fromage grec « Feta »[291]. Dans sa décision, elle a retenu que l'examen de la Commission européenne n'intégrait pas les conditions requises par le règlement (CEE) n°2081/92[292], dont l'ensemble des facteurs devait être pris en considération pour déterminer le caractère générique ou non d'une dénomination[293]. Trois facteurs sont mentionnés dans le règlement de base : en premier lieu, la situation existante dans l'Etat membre où le nom a son origine et dans les zones de consommation ; en second lieu, la situation existant dans d'autres États membres et en troisième lieu, les législations nationales ou communautaires pertinentes. La Cour de justice a notamment reproché à la Commission de ne pas avoir tenu compte de la situation existante dans les Etats membres autre que la Grèce, alors que certains utilisaient depuis longtemps la dénomination « Feta »[294] [295]. Elle a ainsi annulé partiellement le règlement (CE) n°1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 en ce qui concerne l'enregistrement de la dénomination « Feta » en tant qu'AOP, laissant ainsi la possibilité aux Etats demandeurs (en l'occurrence, le Danemark, la France et l'Allemagne) de poursuivre légalement la commercialisation du fromage sous ladite

[290] En ce qui concerne la diversité des méthodes d'appréciation, voir LE GOFFIC (C.), « Dégénérescence des indications géographiques : où situer le point de non-retour ? », art. cit.

[291] La Grèce a demandé en 1994 l'enregistrement du terme « Feta » en tant qu'AOP. Suite à l'enregistrement de la dénomination en tant qu'AOP en 1996, le Danemark, l'Allemagne et la France, pays producteurs de fromages nommés « Feta », ont demandé à ce que soit annulé ledit règlement et ont obtenu gain de cause. Le terme « Feta » était ainsi reconnu générique par le juge communautaire. CJCE, 16 mars 1999*, Royaume de Danemark, République Fédérale d'Allemagne, République française c/ Commission*, préc., Recueil de jurisprudence 1999 page I-01541 ; Obs. GIRAUDEL (C.), *In:* Revue Européenne de Droit de l'Environnement, n°1, 2000. pp. 59-63.

[292] CJCE, 16 mars 1999, *Royaume de Danemark, République fédérale d'Allemagne et République française c/ Commission*, préc., pt 102

[293] Art. 3 §1, al. 3 du règlement (CEE) n°2081/92. Trois conditions sont expressément données par la réglementation : la situation existant dans l'État membre où le nom a son origine et dans les zones de consommation, la situation existant dans d'autres États membres, et les législations nationales ou communautaires. Cette liste n'est pas exhaustive. En ce qui concerne la combinaison de ces critères d'appréciation, voir DANOVICS (V.), *L'indication géographique de produits agricoles dans l'Union européenne*, Thèse sous la direction de LAURENT (P.), Paris, Université Paris 1, 2001.

[294] Pts 87 et 101.

[295] Le juge communautaire estimait déjà bien avant l'instauration du système d'enregistrement des AOP et IGP en 1992 l'importance de la situation existant dans l'Etat d'importation. « *une dénomination protégée dans le pays d'origine en tant qu'indication de provenance pourra être considérée comme une dénomination générique dans le pays d'importation et inversement* » : CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech,* préc., pt 28 : D. 1993, p. 545, note M.-C. BERGERES, pt 12.

dénomination. Il est important de noter que la Cour a ici modifié sa jurisprudence « Exportur » qui, en vertu du principe de territorialité, mettait l'accent sur l'importance de la situation dans le pays d'origine pour apprécier le caractère générique d'une dénomination[296]. Suite à cette décision, la Commission a adressé à l'ensemble des Etats membres un questionnaire portant sur la fabrication et la consommation des fromages dénommés « Feta » ainsi que sur la notoriété de cette dénomination auprès des consommateurs dans chacun desdits Etats. Les réponses ont été adressées au Comité scientifique, qui a conclu, à l'unanimité de ses membres, au caractère non-générique de la dénomination « Feta »[297]. Puis, sur la base de cet avis, la Commission a procédé à un nouvel enregistrement en tant qu'AOP au registre en 2002 [298]. Malgré un nouveau recours introduit par l'Allemagne, le Danemark et le Royaume-Uni[299], la Cour n'est pas revenue sur cet enregistrement. Pour justifier sa décision, elle a rappelé que *« le fait qu'un produit ait été légalement commercialisé sous une dénomination dans certains États membres peut constituer un facteur dont il faut tenir compte lorsqu'il s'agit d'apprécier si cette dénomination est devenue générique au sens de l'article 3, paragraphe 1, du règlement de base* »[300], ce que la Commission semble avoir cette fois-ci pris en compte. Mais elle s'est essentiellement appuyée sur les éléments de consommation suivants, pour estimer que le terme « *feta »* était perçu comme un fromage associé à la République hellénique, même s'il est produit dans un autre Etat membre : « *plus de 85 % de la consommation communautaire de feta, par personne et par an, a lieu en Grèce* », « *la majorité des consommateurs en Grèce considèrent que la dénomination « feta » a une connotation géographique et non pas générique* » et « *dans les États membres autres que la Grèce, la feta est régulièrement commercialisée avec des étiquettes renvoyant aux traditions culturelles et à la civilisation grecques* ». En outre, bien que les parties ont soutenu que la dénomination « Feta » était utilisée sans aucune précision quant à l'État membre d'origine dans la nomenclature du tarif

[296] CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, préc.

[297] Déjà dans son avis en date du 15 novembre 1995 concernant la liste indicative des appellations génériques, le comité scientifique avait conclu que la dénomination « Feta » pour du fromage grec ne présentait pas un caractère générique. CJCE, 16 mars 1999, *Royaume de Danemark, République fédérale d'Allemagne et République française c/ Commission*, préc., pt 41.

[298] Règlement (CE) n°1829/2002 de la Commission du 14 octobre 2002 modifiant l'annexe du règlement (CE) n°1107/96 en ce qui concerne la dénomination Feta.

[299] CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission,* préc., et avis de l'avocat général Ruiz JARABO COLOMER (Rec., 2005, p. I-9118). La France, l'Autriche et l'Irlande se sont abstenues.

[300] Pt 79.

douanier commun et dans la réglementation communautaire relative aux restitutions à l'exportation, la Cour a tenu à rappeler que ces réglementations ne s'appliquaient qu'au domaine douanier et n'avaient pas pour objectif de régler des droits de propriété industrielle. L'auteur Z. Sorgho a d'ailleurs considéré le raisonnement de la Cour comme « est assez limitée et simpliste »[301], dans le sens où elle a indiqué que la dénomination « feta » n'était pas générique sur le simple fait qu'elle ne l'était pas en Grèce. Elle ne disposait en effet pas de données concluantes[302], voire vérifiables, pour apprécier la généricité de la dénomination en question concernant les Etats membres [303] et semblait, en outre, considérablement atténuer les exigences caractéristiques du lien entre le produit et l'aire géographique. Déjà en 1996, le Danemark, l'Allemagne et la France avaient soutenu que la dénomination « feta » ne remplissait pas *« les conditions pour pouvoir être enregistrée en tant qu'AOP, dans la mesure où le produit qu'elle désigne ne serait pas originaire d'une région ou d'un lieu déterminé au sens de l'article 2, paragraphe 3, du règlement de base et ne présenterait pas de qualités ou caractères qui seraient dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et humains, de la région ou du lieu dont il serait originaire, ainsi que le prescrit l'article 2, paragraphe 3, par renvoi à l'article 2, paragraphe 2, du même règlement* ». L'aire géographique déterminée s'étendait, en effet, à tout le territoire grec et que de ce fait, ledit enregistrement était contraire à l'article précité. Ils ont également remarqué que les exigences du cahier des charges ne garantissaient pas l'homogénéité suffisante pour répondre aux conditions de l'article 2 du règlement. Ces décisions invitent alors à s'interroger sur la portée limitée du contrôle de la Cour.

Dans un autre contexte, le Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano, association de producteurs en charge de la protection de l'AOP Grana Padano, s'opposait à l'enregistrement de la marque communautaire verbale « Grana Biraghi ». Le TPICE a tranché ce conflit au terme d'une longue discussion[304] en considérant que le terme « grana » n'était pas générique. En l'espèce, la société Biraghi Spa a obtenu l'enregistrement de la marque *Grana Biraghi,* désignant des

[301] SORGHO (Z.), *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce.*, préc., p. 218.
[302] CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission,* préc., pt 86.
[303] Pt 86.
[304] TPICE, 12 septembre 2007, *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano c/ OHMI*, aff. T-291/03 (ECLI:EU:T:2007:255).

fromages, par l'OHMI. Le 22 octobre 1999, le Consorzio a introduit une demande en nullité de ladite marque auprès de l'OHMI, sous le fondement de l'article 55 du règlement n°40/94, au motif qu'elle portait atteinte à l'AOP. Par décision du 28 novembre 2001, la Division d'annulation de l'OHMI a fait droit à la demande en nullité du Consorzio. Mais, sur appel de la société Biraghi Spa, la première chambre de recours de l'OHMI a annulé ce droit en considérant que le mot « grana » était un terme générique et descriptif d'une qualité essentielle des produits (à savoir : qu'il désigne un genre de fromage à maturation lente, semi-gras, à pâte cuite, dure et granuleuse) et que, par conséquent, l'existence de l'AOP « grana padano » ne faisait aucunement obstacle à l'enregistrement de ladite marque pour ce même type de fromage. Le Consorzio a alors saisi le TPICE. Les juges ont annulé ladite décision, en considérant que la dénomination « grana » n'était pas générique. Ils ont estimé que l'OHMI était tenu d'appliquer le règlement n°40/94 de façon à ne pas affecter la protection accordée aux AOP par le règlement (CEE) n°2081/92 et qu'il devait, par conséquent, refuser l'enregistrement de toute marque qui se trouverait dans l'une des situations décrites à l'article 13 du règlement (CEE) n°2081/92 et, si la marque a déjà été enregistrée, en déclarer la nullité. La marque *Grana Biraghi* ne peut donc pas être enregistrée.

Afin de se prononcer sur le caractère générique de la dénomination contestée, les juges ont dressé une liste de critères d'appréciation susceptibles d'apporter la preuve de la généricité d'une dénomination. Il peut s'agir d'indices d'ordre juridique, économique, technique, historique, culturel, social, d'analyse de la perception du consommateur, de la notoriété de la dénomination, de l'utilisation de produit commercialisé sous la dénomination en cause dans certains États membres, de la quantité de produits portant la dénomination en cause, de la protection de la dénomination en cause retenue par des accords internationaux, etc[305]. Peuvent également être pris en considération les sondages effectués auprès de consommateurs, les avis du Comité scientifique d'experts[306], la définition dans le *Codex Alimentarius* ou même l'inclusion de la dénomination dans la liste figurant à l'annexe II de la convention internationale, signée à Stresa le 1er juin 1951[307].

[305] TPICE, 12 septembre 2007, Consorzio *per la tutela del formaggio Grana Padano c./ OHMI*, préc., pt 65.
[306] TPICE, 12 septembre 2007, Consorzio *per la tutela del formaggio Grana Padano c./ OHMI*, préc., pt 66.
[307] TPICE, 12 septembre 2007, Consorzio *per la tutela del formaggio Grana Padano c./ OHMI*, préc., pt 67. Elles n'ont qu'un caractère indicatif.

Dans une autre affaire tout aussi marquante dans le cadre de la problématique soulevée, les juges ont rejeté le caractère générique du terme « *parmesan* », même s'ils ne se prononçaient pas expressément sur ce point[308]. En tout état de cause, ils ont rappelé que, dans le cadre de l'appréciation du caractère générique d'une dénomination, peuvent aussi être pris en en compte *« les lieux de production du produit concerné existant tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'État membre qui a obtenu l'enregistrement de la dénomination en cause, la consommation de ce produit et la manière dont est perçue cette dénomination par les consommateurs à l'intérieur et à l'extérieur dudit État membre, l'existence d'une législation nationale particulière concernant ledit produit ainsi que la façon dont ladite dénomination a été utilisée en droit communautaire* ». Ainsi après analyse de l'ensemble des argumentations, les juges ont conclu que l'utilisation du terme « parmesan » pour des fromages qui non-conformes au cahier des charges de l'AOP « Parmigiano Reggiano » portait atteinte à la protection qui découle de l'article 13 du règlement (CE) n°2081/92.

Les critères retenus par les juges permettant de déterminer si une dénomination est générique ou non sont nombreux. Même s'il semble parfois que certains critères prédominent, aucune hiérarchie n'est vraiment établie[309]. Force est de constater que la qualification de la généricité d'une dénomination est laissée à l'appréciation discrétionnaire, voire arbitraire[310], de la Cour et de la Commission, et moins sur des critères objectifs définis par la réglementation européenne. En tout état cause, ces nombreuses affaires illustrent bien les difficultés de consensus sur la généricité et les différentes interprétations du juge, appuyées par les conclusions des avocats généraux, qui viennent ainsi consolider l'édifice législatif.

[308] CJCE, 26 février 2008, *Parmesan,* préc*.*

[309] RUZEK (V.), « Touche pas au Grana ! », *Revue de droit rural*, n°357, Novembre 2007, comm. 340.

[310] Concl. de l'Avocat général, Philippe LÉGER présentées le 9 octobre 2001, sur l'arrêt du 25 juin 2002 Procédure pénale contre Dante Bigi, aff. C-66/00, Rec. 2002, p. I-5917 : « *il n'appartient pas à la Cour de porter une appréciation sur le caractère générique ou non d'une dénomination, mais seulement d'interpréter les dispositions du règlement et de définir les critères dont il doit être tenu compte pour que cette appréciation puisse être effectuée* ».

2. L'utilisation de la mention d'une dénomination protégée entrant dans la composition d'un produit alimentaire : un risque de dégénérescence ?

Comme l'illustre parfaitement l'appellation Champagne, plus l'appellation d'origine est renommée, plus la protection est étendue[311]. A titre d'illustration, en 1984, le TGI de Paris[312] avait interdit à la Société nationale d'exploitation industrielle des tabacs et allumettes (SEITA) de faire usage de marques incluant le terme *Champagne* pour désigner des tabacs manufacturés en considérant que l'utilisation de la dénomination *Champagne* à titre de marque, pour désigner d'autres produits que ceux couverts par l'appellation d'origine, constituait une faute consistant à affaiblir la valeur, le renom et le pouvoir attractif de l'appellation d'origine *Champagne*, la tolérance d'actes d'utilisation antérieurs n'entraînant aucune restriction ni renonciation au droit dont la collectivité des producteurs pouvait se prévaloir quant à cette appellation. Cet arrêt a été suivi d'innombrables décisions qui ont mis un terme aux tentatives d'utilisation du mot « Champagne » à des fins commerciales sans rapport avec ladite appellation. Constatant cette abondante jurisprudence depuis 1984, le Professeur G. Bonet a d'ailleurs précisé que l'exceptionnelle renommée de cette appellation entraînait *« logiquement une protection absolue, éclipsant tout à fait le principe de spécialité* »[313].

A travers les derniers exemples de la jurisprudence européenne, il semblerait que la protection des appellations d'origine, y compris celle de l'appellation *Champagne*, soit renforcée sur le plan jurisprudentiel. Mais bien que tout cela s'avère favorable au système européen de protection des appellations d'origine et à sa performance, la tendance semble s'être inversée dans une décision rendue par la CJUE[314]. La protection des AOP n'est pas remise en cause par la décision des juges mais cette protection reste dans une certaine mesure un trompe-l'œil puisque de nouveaux

[311] A titre d'illustration, le simple fait d'utiliser l'appellation d'origine *Champagne* serait constitutif d'un détournement ou affaiblissement de notoriété, attribuant ainsi un droit absolu pour les détenteurs de ladite appellation : MALAURIE-VIGNAL (M.), « Une nouvelle affaire Champagne pour du foie gras, de la pintade et de la gigolette d'oie ! », *Contrats Concurrence Consommation,* n°2, Février 2015, comm. 32. Voir ROCHARD (D.), « Appellation d'origine contrôlée : n'est pas Champagne qui veut », *Revue de droit rural*, n°6, Juin 2005, comm. 224.

[312] TGI Paris, 5 mars 1984, PIBD 1984, III, p. 200 ; CA Paris, 15 décembre 1993 : PIBD 1994, n°560, III, p. 92.

[313] Voir BONET (G.), « Des cigarettes aux parfums, l'irrésistible ascension de l'appellation d'origine Champagne vers la protection absolue – Après l'arrêt de la Cour de cassation du 18 février 2004 », *Propriétés Intellectuelles*, Octobre 2004, n°13, pp. 853-862.

[314] CJUE, 20 décembre 2017, *Champagner Sorbet*, préc. : JurisData n°2017-027453 ; Propr. intell. 2018, n°67, p. 68, obs. C. LE GOFFIC.

risques non-négligeables semblent se profiler[315]. A la lumière de ces éléments, le niveau de protection des appellations d'origine ne semblerait finalement plus absolu contre les tentatives de détournement par des tiers non-autorisés.

En l'espèce, le litige opposait Aldi Süd, une chaîne de magasins allemande, qui utilisait le terme « Champagne » sur un de ses produits surgelés commercialisé et le CIVC ayant pour mission la défense de l'appellation d'origine *Champagne*. Le produit litigieux était un sorbet contenant 12% de ladite appellation d'origine dans sa recette et était distribué sous le nom « Champagner Sorbet » avec un bouchon, une flûte et une bouteille de champagne sur l'emballage. Il n'en fallait pas plus pour que le CIVC forme une action en justice devant le Landgericht München (tribunal régional de Munich), pour obtenir de la société Aldi Süd l'arrêt de la vente du produit surgelé utilisant la dénomination en cause[316], en se fondant sur l'article 118 *quaterdecies* du règlement (CE) n°1234/2007[317]. La demande de condamnation formée par le CIVC a été accueillie en première instance, mais a été déboutée en appel par l'Oberlandesgericht München (tribunal régional supérieur de Munich). Ce dernier a estimé, entre autres, que le nom « Champagner Sorbet » était, dans la langue allemande et dans la littérature culinaire, une expression couramment utilisée pour désigner ce produit et que le pourcentage pouvait être considéré comme suffisant pour conférer une caractéristique essentielle au sorbet. Le CIVC a décidé de porter l'affaire devant la Cour fédérale de justice d'Allemagne (le Bundesgerichtshof) en formant un pourvoi contre l'arrêt rendu en appel. Saisie de ce litige en dernier

[315] GEORGOPOULOS (Th.), « Un sorbet d'hiver au goût amer... L'AOP « Champagne » comme ingrédient pour une recette commerciale réussie », Revue de droit rural n°461, Mars 2018, comm. 64.

[316] En 2011, le CIVC avait aussi assigné en justice la société Euralis Gastronomie et sa filiale, la société Champion, qui commercialisaient des produits en y associant le terme *Champagne* tels que « *pintade au Champagne* », « *gigolette d'oie au Champagne* » et « *foie gras de canard aux deux poivres et au Champagne* ». Ce dernier produit était d'ailleurs présenté sous un emballage qui reproduisait une flûte de Champagne jouxtant des tranches de foie gras. Le CIVC les a assignés sur le fondement, notamment, de l'article L 643-1 al. 2 du C. rur., aux fins d'interdiction, de destruction, de publication et de condamnation à des dommages-intérêts, considérant que l'emploi de l'appellation *Champagne* avait pour but de détourner sa notoriété. Par un arrêt du 25 novembre 2014, la Cour de cassation a confirmé l'interdiction d'utiliser l'appellation d'origine *Champagne* dans la dénomination de vente d'un foie gras, qui constituait un risque de détournement et d'affaiblissement de la notoriété de ladite appellation. Cass. Com., 25 novembre 2014, n°13-19870. Cette décision a, une fois de plus, renforcé la protection très étendue de l'appellation Champagne en France. On pourrait donc être tenté de croire que la protection conférée à l'appellation apportera une décision similaire par la Cour de justice.

[317] Règlement (CE) n°1234/2007 du Conseil du 22 octobre 2007, portant OCM dans le secteur agricole et dispositions spécifiques en ce qui concerne certains produits de ce secteur (règlement OCM unique) (JOUE L 299 du 16.11.2007, p. 1–149). Ce règlement a été modifié notamment par le règlement (CE) n°491/2009 du Conseil du 25 mai 2009 (JOUE n° L 154 du 17.6.2009). Le règlement (CE) n°1234/2007, qui était applicable au moment des faits contestés, a été abrogé par le règlement (UE) n°1308/2013. Toutefois, l'article 118 quaterdecies du règlement (CE) n°1234/2007 et l'article 103 du règlement (UE) n°1308/2013 sont rédigés en des termes analogues.

ressort, la Cour fédérale a saisi la CJUE de quatre questions préjudicielles pour qu'elle puisse interpréter la réglementation européenne sur la protection des AOP.
En substance, les questions préjudicielles posées visaient à déterminer si l'utilisation d'une AOP comme partie du nom d'une denrée alimentaire (en l'espèce, un sorbet), qui ne répond pas au cahier des charges relatif à ladite appellation, à laquelle a été ajouté un ingrédient (en l'espèce, du champagne), qui lui répond audit cahier des charges, constituait une exploitation de la réputation de ladite appellation ou une usurpation, imitation ou évocation illégale de ladite appellation, si le nom de ladite denrée alimentaire correspondait aux habitudes de dénomination du public destinataire et si l'ingrédient a été ajouté en quantité suffisante pour conférer au produit une caractéristique essentielle. Autrement dit, un sorbet qui utilise le nom « Champagne » parce qu'il contient le produit comme ingrédient, tire-t-il indûment profit et exploite-t-il de manière illicite la réputation de l'AOP « Champagne » ? Tout dépend du goût, semble apprécier la Cour de justice, avant de renvoyer à la justice allemande le soin de juger si Aldi Süd détourne et/ou abuse du nom de l'appellation renommée[318]. Toutefois, la Cour de justice constate tout d'abord que l'exploitation illicite de la réputation d'une AOP suppose une utilisation visant à profiter indûment de la réputation de celle-ci. Elle précise ensuite que l'habitude du public d'utiliser une dénomination donnée pour un produit peut avoir une incidence sur l'appréciation du caractère licite ou non de l'exploitation de la réputation d'une AOP. Puis, elle constate que *« l'utilisation de la dénomination « Champagner Sorbet » pour désigner un sorbet contenant du Champagne est de nature à faire rejaillir sur ce produit la réputation de l'AOP « Champagne », qui véhicule des images de qualité et de prestige, et donc à tirer profit de cette réputation »*. Mais elle indique toutefois que le « goût » généré par la présence, en quantité suffisante[319], d'un ingrédient protégé

[318] Voir Communiqué de presse n°139/17 de la CJUE du 20 décembre 2017, « Une glace peut être vendue sous la dénomination « Champagner Sorbet » si cette glace a, comme caractéristique essentielle, un goût généré principalement par le champagne ». Disponible en ligne : https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2017-12/cp170139fr.pdf

[319] La doctrine a soulevé un certain nombre d'interrogation quant à ce nouveau critère de goût, plutôt subjectif, notamment en termes de charge et moyens de preuves pertinents pour justifier de ce « goût » (alors même que le cahier des charges de l'AOP ne le définit pas). Cette quantité doit, en effet, être suffisante pour conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire qui la contient mais la Cour n'a déterminé aucun pourcentage minimal, laissant aux juridictions nationales le soin d'effectuer l'analyse, au cas par cas. GEORGOPOULOS (Th.), « L'insoutenable légèreté du goût », *Revue de droit rural,* n°473, Mai 2019, comm. 60 ; PICOD (F.), « Qu'importe la denrée, pourvu qu'on ait le champagne… », *La Semaine Juridique Edition Générale,* n°4, 22 Janvier 2018, 84 ; OLSZAK (N.), « Du poivre, oui ; du champagne, non... en tout cas sur l'étiquette ! », *Revue de droit rural,* n°431, Mars 2015, comm. 36 ; RIGAUX (A.), « Appellations d'origine protégées », *Europe*

par une AOP peut constituer une « caractéristique essentielle » du produit, susceptible de rendre légitime l'exploitation de la réputation de l'AOP en question.

Dans sa décision, la Cour de justice reprend la position de l'avocat général M. Campos Sánchez-Bordona. Dans ses conclusions[320] rendues en juillet 2017 conformément à la procédure de justice de l'Union européenne, il soulignait que l'utilisation d'un nom protégé, en vue de la commercialisation d'une denrée alimentaire, n'était pas un choix innocent, et qu'il tendait surtout à exploiter le prestige et la réputation associés à l'ingrédient protégé. De manière générale, une telle utilisation devait être considérée comme illicite[321]. Toutefois, il estimait que l'exploitation d'une AOP ou IGP comme partie du nom d'un produit par un opérateur économique en dehors des produits pour lesquels la dénomination concernée a été enregistrée (en dehors des vins de Champagne) était possible, même si cette utilisation était susceptible d'exploiter la réputation de l'AOP ou IGP en question. Pour justifier une telle pratique, il fallait évoquer l'existence d'un intérêt légitime. L'intérêt légitime pouvait avoir pour origine : l'existence d'un droit antérieur (d'un autre type de propriété intellectuelle), l'existence d'un impératif légal ou l'utilisation inoffensive du nom protégé. L'avocat général a ensuite examiné plusieurs éléments afin de déterminer si l'utilisation de l'appellation prestigieuse dans le nom du sorbet par la société litigieuse justifiait un intérêt légitime, fondé soit sur un impératif légal, soit sur un usage inoffensif. Un des arguments avancés au cours de la procédure judiciaire était que la société litigieuse était légalement tenue de nommer ses produits correctement, conformément à la réglementation en vigueur sur l'étiquetage[322]. Mais l'avocat général et les autres parties en l'espèce s'accordaient à dire que bien que l'expression « Champagner Sorbet » était habituellement utilisée par le consommateur allemand pour désigner ce produit, cela ne justifiait pas pour autant son utilisation[323]. En rejetant cet argument, il soulignait l'objectif de la

---

n°7, Juillet 2019, comm. 270. Voir aussi MANDEL (O.), « Pourquoi vendre un sorbet sous le nom de « sorbet au champagne » pourrait-il bientôt devenir illégal ? », 2017. Disponible en ligne sur http://www.mandel-office.com/

[320] Concl. de l'Avocat général, Manuel CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA présentées le 20 juillet 2017 (ECLI:EU:C:2017:581).

[321] Pt 55 des conclusions du 20 juillet 2017.

[322] Sur la question de l'étiquetage des vins de Champagne, voir NOBLOT (C.), « La protection des consommateurs contre la fraude : l'étiquetage du champagne », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *La Champagne viticole : quelles spécificités juridiques ?*, Editions Mare & Martin, 2012.

[323] Pt 67. Même si l'expression « Champagner Sorbet » est habituellement utilisée pour désigner un sorbet dans un ou plusieurs Etats, cela ne suffit pas en soi à conférer au distributeur un intérêt légitime lui permettant d'inclure dans la présentation commerciale de ce produit le nom de l'appellation « *Champagne* ».

protection d'une appellation d'origine : éviter qu'un terme ne devienne générique. Le fait de considérer le contraire reviendrait à admettre « *qu'il peut être fait un usage générique de cette AOP* »[324], laissant ainsi la possibilité à tout opérateur économique de l'utiliser. Il viendra ensuite conclure que « *le fait que l'expression « Champagner Sorbet » soit celle qui est habituellement utilisée pour désigner un sorbet, dans un ou plusieurs États membres, ne suffit donc pas à conférer au distributeur un intérêt légitime lui permettant d'inclure dans la présentation commerciale de ce produit le nom de l'AOP champagne* ». Par ailleurs, il a rappelé que l'ensemble des règlements européens précisent explicitement qu'une fois enregistrées, les dénominations ne peuvent devenir génériques et a confirmé qu'il peut y avoir une exploitation en dehors du produit pour lesquelles l'appellation concernée a été enregistrée en dehors des vins pour le nom Champagne. Il s'agit ainsi de lutter contre toute dégénérescence de l'appellation d'origine.

Le fait de se prononcer contre l'idée que le produit « Champagne » devienne générique est pour le moins surprenant. Cette précision s'est toutefois avérée nécessaire car, dans sa communication du 16 décembre 2010 intitulée « *Lignes directrices sur l'étiquetage des denrées alimentaires utilisant des AOP et des IGP comme ingrédients* »[325], la Commission européenne, premier défenseur des AOP, semble indirectement penser le contraire. Cette dernière a, en effet, adopté une position assez inquiétante consistant à accepter l'idée qu'un nom d'appellation

---

[324] VISSE-CAUSSE (S.), « Champagner Sorbet », une décision de mauvais goût », *La Semaine Juridique Edition générale,* n°6, 5 février 2018, 154.

[325] D'après ces Lignes directrices (JO 2010, C 341, p. 3), qui sont dépourvues de force réglementaire contraignante, « *une dénomination enregistrée en tant qu'AOP ou IGP pourrait être mentionnée au sein, ou à proximité, de la dénomination de vente d'une denrée alimentaire incorporant des produits bénéficiant de la dénomination enregistrée, ainsi que dans l'étiquetage, la présentation et la publicité de cette denrée alimentaire, dès lors que les conditions suivantes sont réunies.*

-Ainsi, il serait approprié que ladite denrée alimentaire ne contienne aucun autre « ingrédient comparable », autrement dit aucun autre ingrédient substituable totalement ou partiellement à l'ingrédient bénéficiant d'une AOP ou IGP. À titre illustratif et non limitatif de la notion d'« ingrédient comparable », la Commission estime qu'un fromage à pâte persillée (ou communément : « fromage bleu ») serait comparable au « Roquefort ».

-En outre, cet ingrédient devrait être utilisé en quantité suffisante afin de conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire concernée. La Commission ne saurait cependant, compte tenu de l'hétérogénéité des cas de figure potentiels, suggérer un pourcentage minimal uniformément applicable. En effet, à titre d'exemple, l'incorporation d'une quantité minime d'une épice bénéficiant d'une AOP ou IGP dans une denrée alimentaire pourrait, le cas échéant, suffire en vue de conférer une caractéristique essentielle à ladite denrée alimentaire. En revanche, l'incorporation d'une quantité minime de viande bénéficiant d'une AOP ou IGP dans une denrée alimentaire ne saurait a priori conférer une caractéristique essentielle à la denrée alimentaire.

-Enfin, le pourcentage d'incorporation d'un ingrédient bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP devrait, idéalement, être indiqué au sein ou à proximité immédiate de la dénomination de vente de la denrée alimentaire concernée, ou à défaut sur la liste des ingrédients, en relation directe avec l'ingrédient considéré ».

puisse devenir générique. Elle précisait que pour savoir s'il y avait exploitation ou non de l'appellation, il était important de « *connaître les habitudes publiques par rapport au public* ». Autrement dit, peu importe que cela concernait l'appellation d'origine *Champagne* ou une autre appellation de renommée, il n'y avait pas d'exploitation abusive si le public considérait dans ses habitudes que ce nom pouvait finalement être utilisé en dehors de l'Appellation d'origine protégée. En tout état de cause, l'avocat général a confirmé qu'il appartenait aux juridictions nationales d'apprécier si l'ingrédient couvert par une appellation, ajouté à une denrée alimentaire, lui conférait ou non une caractéristique essentielle[326].

La position de l'avocat général semble toutefois inquiétante dans le sens où il précise que les éléments organoleptiques du champagne ne doivent pas être recherchés. Il faudrait chercher à savoir si l'ajout du champagne attribue une caractéristique essentielle au produit sans dire pour autant quelle est cette caractéristique essentielle[327]. Est-ce le goût du champagne ? Le goût doit-il être plutôt acide ? Le sorbet doit-il pétiller ? Faut-il déterminer le goût du champagne au stade de l'élaboration ou au stade de la consommation ? [328] Ainsi, en précisant que les caractéristiques essentielles doivent être présentes, il met de côté les spécificités du cahier des charges ainsi que la typicité du produit sous appellation d'origine protégée. Le véritable risque est, à travers cette jurisprudence, de banaliser ce qui est spécifique et de rendre spécifique ce qui devait être banal. En outre, il est de plus en plus problématique d'être une appellation renommée qu'une appellation sans grande réputation auprès du public[329]. Les conclusions de l'avocat général et de la Commission européenne [330] précisent, en effet, que le champagne est bien trop connu pour qu'il puisse bénéficier d'une protection spécifique, le consommateur ne

---

[326] Pt 79.

[327] Pt 76 : « *il ne s'agit pas de retrouver dans la denrée alimentaire les caractéristiques essentielles de l'ingrédient protégé, mais de constater que cette denrée a une caractéristique essentielle liée à l'AOP* »

[328] MANDEL (O.), « Pourquoi vendre un sorbet sous le nom de « sorbet au champagne » pourrait-il bientôt devenir illégal ? », art. cit.

[329] Déjà à l'époque, Paul ROUBIER faisait le constat que, dès lors que « *nous sommes en présence d'une appellation géographique qui a consacré l'excellence de certains produits, ou de certains procédés de fabrication ; et la réputation de ces produits ou de ces procédés est devenue si forte que l'on ne désignera plus, dans les transactions, des produits ayant de telles qualités ou préparés dans de telles conditions que sous cette dénomination géographique, qui ne sera plus alors une indication de provenance, mais une appellation générique et nécessaire* », la généricité apparaissait. ROUBIER (P.), *Le droit de la propriété industrielle, Tome 2*, *op. cit.*

[330] Précisé également par le juge espagnol dans l'affaire *Champin* : GEORGOPOULOS (Th.), « La protection européenne des appellations d'origine sous tempête espagnole. - L'affaire « Champin » et la question des appellations « notoires », *Revue de droit rural,* n°452, Avril 2017, étude 15.

pouvant pas être induit en erreur. Il semblerait alors que le consommateur connaisse le goût du champagne et qu'il n'y ait donc pas de risque de confusion.
Par conséquent, du fait de leur fort taux de pénétration dans les ménages et/ou du fait de leur antériorité, certains produits comme la Feta ou le Parmigiano Reggiano peuvent encourir des risques de dégénérescence très élevés. Le nom de ces produits est, en effet, encore plus convoité par des entreprises peu scrupuleuses, désireuses de fabriquer et de communiquer sur la vente de produits faisant référence à un ingrédient sous appellation d'origine protégée. Quoiqu'il advienne, une glace peut, aujourd'hui, être vendue sous la dénomination de « sorbet au champagne » sans porter préjudice à l'appellation d'origine Champagne, et donc sans tirer indûment profit de ladite appellation, si elle a comme caractéristique essentielle un goût généré principalement par le champagne. Cette décision aura désormais un impact certain sur la manière dont les opérateurs du secteur alimentaire peuvent commercialiser des produits contenant comme ingrédient un produit protégé par une AOP ou une IGP.

§2. Le risque de dégénérescence par faits internes

Même si le terme constituant l'AOP finit par être utilisé par un producteur ne remplissant pas les conditions pour en faire usage ou finit par être utilisé dans le langage courant pour désigner de manière générique le produit concerné, quelles que soient son origine géographique et les conditions de production, les opérateurs n'ayant pas le droit à l'AOP n'acquièrent pas pour autant le droit de s'en prévaloir. Seuls les producteurs situés dans l'aire géographique concernée et satisfaisant aux exigences relatives aux méthodes de production peuvent légitimement en bénéficier. Il convient en outre de rappeler que l'AOP est protégée contre toute dégénérescence, mais qu'il existe toutefois des situations où la protection cesse de produire ses effets, notamment du fait des opérateurs habilités (A). Outre la perte de la certification du fait des opérateurs, il convient également de s'interroger sur la dégénérescence des indications géographiques éventuellement causée par la défaillance d'un organisme national dans l'attribution de la certification de l'appellation, tel que l'ODG (B).

A. La perte de la certification du fait des opérateurs

Peu importe les circonstances, seuls les opérateurs situés dans l'aire géographique concernée et satisfaisant aux exigences relatives aux méthodes de production ont la possibilité – jamais l'obligation – d'utiliser l'AOP, c'est-à-dire de produire ou de vendre sous appellation. L'usage d'une AOP n'est pas une fin en soi. Son non-usage ne fait pas perdre le droit à l'AOP[331] (1). En outre, le fait que des producteurs tolèrent des actes d'usurpation ou n'auraient pas réagi à l'encontre de l'utilisation généralisée de leur appellation d'origine n'entraînerait aucune restriction ni renonciation au droit des opérateurs et l'action en usurpation ne semblerait elle-même souffrir d'aucune prescription[332] (2).

1. L'absence d'obligation d'usage de la dénomination enregistrée

A la différence des autres droits de la propriété intellectuelle, les appellations d'origine et les indications géographiques protégées ne connaissent pas d'acte d'appropriation et sont attachées à la reconnaissance d'un terroir[333]. Ces dernières n'ont pas vocation à conférer des droits individuels, comme c'est le cas pour les

[331] Contrairement à la marque. Une marque peut en effet continuer d'exister si le titulaire l'exploite activement et s'il la renouvelle à son expiration. Selon l'article L 712-1 du CPI, la durée de vie d'une marque est de 10 années renouvelable. Le titulaire doit, par conséquent, veiller à la renouveler dans les délais impartis, à savoir dans les 6 mois précédent le dixième anniversaire de la marque, la date de référence étant celle du dépôt. A noter que deux types de déchéance peuvent intervenir pour la marque : la déchéance pour dégénérescence et la déchéance pour défaut d'exploitation. Tout tiers intéressé peut obtenir en justice la déchéance d'une marque à la condition de prouver que pendant un délai de cinq ans, la marque n'a pas été exploitée ou alors insuffisamment. Selon les dispositions de l'article L 714-5 du Code de la propriété Intellectuelle « *Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de cinq ans (…)* ». En ce qui concerne la marque communautaire, l'article 15 du RMC dispose, quant à lui, que « *Si dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque communautaire n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque communautaire est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage (…)* ». La perte du droit est encourue et le signe tombe dans le domaine public, ce qui signifie qu'il redevient à la disposition de tous : CA Aix-en-Provence, 19 mars 2009, n°07/16434. Si la déchéance de la marque est prononcée, alors celle-ci sera annulée. Cette annulation n'est toutefois pas rétroactive. Elle court à compter de l'expiration du délai de 5 ans de non-exploitation de la marque. En outre, lorsque le titulaire de la marque tolère sans agir pendant 5 ans des actes de contrefaçon, l'action en contrefaçon devient irrecevable (art. L 716-5 du CPI).

[332] Contrairement à la marque. L'action en contrefaçon est irrecevable lorsque des actes d'usurpation ont été tolérés pendant cinq ans. Cass. Com., 8 mars 2005, n°03-12.193, aff. Château de Pressac : PIBD 2005, n°808 III 309.

[333] VISSE-CAUSSE (S.), « Pour une défense cohérente de l'appellation d'origine - De la nécessité d'une qualification juridique respectant une institution des terroirs », *Revue de droit rural,* n°380, Février 2010, étude 2.

marques et les brevets, mais des droits collectifs. Alors qu'une marque confère un monopole d'exploitation à son titulaire, la dénomination enregistrée confère, elle, un monopole d'exploitation à tous. Est-ce que cela signifie pour autant que les producteurs de ladite dénomination en sont propriétaires ? Cela est moins sûr, ce que nous développerons dans la seconde partie[334]. Quoiqu'il en soit, le droit d'utiliser un nom géographique n'appartient pas à une seule personne ou à une seule entreprise, mais à l'ensemble des producteurs situés dans l'aire géographique considérée. C'est le principe d'inaliénabilité[335]. Ainsi, chaque producteur propriétaire d'une parcelle située dans cette aire de production délimitée est libre d'utiliser ou non la dénomination enregistrée pour valoriser ses produits, tant qu'il se conforme aux exigences du cahier des charges correspondant de ladite dénomination. Il jouit, dans cette hypothèse, d'un droit d'usage. Ce droit d'usage est subordonné à un certain nombre de conditions, dont le respect des exigences du cahier des charges. Mais encore faut-il que l'opérateur soit habilité[336] à produire des produits bénéficiant de la dénomination enregistrée. Ce droit d'usage est individuel. Toutefois, M. Olszak précise, en 2001[337], que le droit à l'appellation d'origine est l'exercice individuel d'un droit collectif, car ce droit n'existe dans les faits, sous la forme des produits revêtus de dénomination géographique que grâce à l'action de personnes individuelles, morales et le plus souvent physiques. Ce droit est aussi non-exclusif puisqu'il est mis à la disposition de « *tout opérateur commercialisant un vin produit conformément au cahier des charges correspondant.* »[338]. D'ailleurs, Mme Diart-Boucher, auteur d'une thèse sur « La réglementation viti-vinicole champenoise »[339], dans les termes suivants : « *L'appellation d'origine a donc pour rôle d'identifier un produit à son terroir*

[334] Voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 1 - §2 – A – 2.

[335] Ce principe est d'ailleurs affirmé à de nombreuses reprises par la jurisprudence. Aff. « Fourme de Bresse » : Cass. Com., 26 octobre 1993, *Union des coopératives agricoles anciennement dénommée Fromageries Bresse Bleu c/ Comité interprofessionnel et interdépartemental de Fourme d'Ambert et de Montbrison*, n°91-20472; aff. « Bain de Champagne » : Cass. Com., 4 février 2004, *Sté Parfums Caron c/ CIVC,* n°02-10576.

[336] Un des changements majeurs de la réforme française de 2006 a été de rendre obligatoire l'habilitation de chaque opérateur dans le nouveau dispositif pour l'ensemble des signes. FOCQUE (F.)., ERNOU (F.), *L'évolution de la politique de qualité et d'origine*, dans Chambres d'agriculture, n°953, 01/05/2006, p. 2 à 5. A noter que cette condition n'est pas automatique, puisqu'elle peut être refusée par l'INAO ou l'organisme certificateur en charge de délivrer l'habilitation. Une fois habilité, l'opérateur devient automatiquement adhérent à l'ODG concerné, sous réserve de paiement de cotisations.

[337] OLSZAK (N.), *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*. Editions Tec & Doc, Paris, 2001.

[338] Art. 103 §1 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 12 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 21 §1 du règlement (UE) 2019/787 et art. 20 §1 du règlement (UE) n°251/2014.

[339] DIART-BOUCHER (S.), *La réglementation vitivinicole champenoise,* Thèse sous la direction *de* NEMERY (J.-C.), Reims, URCA, 2006 ; DIART-BOUCHER (S.), *La réglementation viticole champenoise - Une superposition de règles communautaires nationales et locales*, L'Harmattan, Paris, 2007, 306 p.

d'origine (...) [Elle] est un signe distinctif mis à la disposition des producteurs par les pouvoirs publics afin, d'une part, de les protéger et, d'autre part, de les soumettre volontairement à des règles et des contrôles de production. Il s'agit bien de producteurs : on ne s'intéresse pas à la relation avec la terre de cette personne et peu importe qu'elle soit propriétaire ou locataire. *La preuve en est qu'en métayage nature, le bailleur et le métayer peuvent tous deux revendiquer l'appellation sur leurs parts de récolte* ». En outre, Mme Marie-Vivien, en comparant le droit indien des Indications géographiques avec celui applicable en France, soulève que le droit d'usage n'est pas automatique et qu'il est conditionné par un « accord » donné aux personnes désireuses d'utiliser ladite appellation : les opérateurs en France devront obtenir l'habilitation par un organisme de contrôle tiers indépendant et les producteurs en Inde devront, quant à eux, être enregistrés auprès de l'Office des indications géographiques[340]. A noter qu'aucun texte international ne fait état d'une quelconque obligation concernant l'usage obligatoire des Indications géographiques alors que l'Accord sur les ADPIC sanctionne l'absence d'exploitation d'une marque[341].

La production sous AOP ou IGP est bien une démarche volontaire. Mais ce droit est un droit d'usage précaire, dont le retrait d'habilitation est l'illustration. Il est variable et peut se perdre de différentes manières : par la perte de l'habilitation, par la perte de la certification, par la disparition d'un fonds de terre et/ou des exploitations, etc. En outre, la durée du droit d'usage des indications géographiques

[340] L'Etat étant considéré dans la pratique comme le propriétaire des indications géographiques en Inde, elle soulève dans son étude la complexité de ce principe de démembrement des droits « *lorsque le droit sur l'IG est compris comme un droit de propriété* », créant ainsi un risque de conflit d'intérêt entre le propriétaire et l'utilisateur de la dénomination enregistrée. MARIE-VIVIEN (D.), *La protection des indications géographiques : France, Europe, Inde.*, *op.cit.,* p. 207.

[341] Il prévoit, en effet, expressément l'obligation d'utiliser une marque de fabrique ou de commerce. Le titulaire de la marque doit obligatoirement faire usage de sa marque sous peine de voir sa marque radiée, et donc de voir son droit exclusif sur la marque déchu (l'absence d'exploitation doit être d'une période interrompue et injustifiée d'au moins trois ans). Art. 19 de l'Accord sur les ADPIC : « *Obligation d'usage - 1. S'il est obligatoire de faire usage d'une marque de fabrique ou de commerce pour maintenir un enregistrement, l'enregistrement ne pourra être radié qu'après une période ininterrompue de non-usage d'au moins trois ans, à moins que le titulaire de la marque ne donne des raisons valables reposant sur l'existence d'obstacles à un tel usage. Les circonstances indépendantes de la volonté du titulaire de la marque qui constituent un obstacle à l'usage de la marque, par exemple des restrictions à l'importation ou autres prescriptions des pouvoirs publics visant les produits ou les services protégés par la marque, seront considérées comme des raisons valables justifiant le non-usage. 2. Lorsqu'il se fera sous le contrôle du titulaire, l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce par une autre personne sera considéré comme un usage de la marque aux fins du maintien de l'enregistrement.* »

peut être réglementée. A titre d'illustration, les opérateurs habilités en France doivent chaque année décider ou non d'adresser à l'ODG une déclaration de revendication de l'appellation qui détermine le volume total maximum de vins pouvant être commercialisés sous ladite dénomination[342]. C'est d'ailleurs pour cette raison que le nom protégé ne peut faire l'objet d'une appropriation, y compris dans un dépôt de marque. Cette précarité peut en effet s'inscrire sur le long terme. Ainsi, la renonciation au droit à l'appellation d'origine par le non-usage de l'appellation d'origine ne fait pas disparaître le caractère distinctif de la dénomination et ne suffit pas à la faire disparaître[343]. Chaque producteur situé dans une aire géographique délimitée est libre, à titre individuel, de se conformer aux conditions de production et de contrôle spécifiques au produit pour bénéficier de la certification ou de produire un vin sans indication géographique en utilisant une marque privée ou collective. Seul le droit accordé aux opérateurs est remis en question mais pas l'existence même de l'appellation d'origine, qui reste liée à un cahier des charges et à un terroir.

2. L'inaction ou la négligence des opérateurs

Bien que les appellations d'origine ne fassent pas l'objet d'un droit de propriété, les opérateurs ont la possibilité d'entreprendre des actions en direction du public. Le Code rural et de la pêche maritime précise les missions d'intérêt général des ODG[344] et notamment celle de « *participer aux actions de défense et de protection du nom, du produit et du terroir, à la valorisation du produit, ainsi qu'à la connaissance statistique du secteur* ». Autrement dit, chaque opérateur peut entreprendre des actions de défense et de protection du nom, du produit et/ou du terroir, il peut également entreprendre des actions de valorisation du produit via, par exemple, des opérations de promotion ou de communication auprès du public. Les

[342] Art. D 644-5 du C. rur. : « *tout opérateur préalablement habilité et vinifiant une appellation d'origine contrôlée, est tenu de présenter une déclaration de revendication selon les modalités et dans les délais fixés dans le cahier des charges. Les vins ne peuvent être expédiés des chais des opérateurs habilités et commercialisés sous l'appellation d'origine contrôlée concernée avant le dépôt de cette déclaration. Le volume revendiqué sur la déclaration de revendication détermine le volume maximum pouvant être commercialisé sous l'appellation d'origine contrôlée concernée. Ce volume figure sur la comptabilité matière de l'opérateur.* »

[343] FRANJUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, préc.

[344] Art. L 642-22 du C. rur.

producteurs n'utilisent parfois pas les moyens juridiques mis à disposition[345] pour empêcher l'utilisation frauduleuse de la dénomination par des usurpateurs non-liés à l'aire géographique considérée[346] alors que la protection juridique et le règlement des litiges peuvent avoir un coût financier non négligeable[347]. A titre d'illustration, pour éviter la dégénérescence d'une marque, certaines mesures doivent être prises par le titulaire lui-même (veille permanente, diffusion d'informations, mise en demeure, actions en opposition, en contrefaçon ou en concurrence déloyale, etc) afin de démontrer son absence de passivité face à l'utilisation de sa marque par des tiers. Le Code de la propriété intellectuelle prévoit en effet que tout intéressé peut demander en justice la déchéance des droits sur la marque devenue générique, l'objectif étant que le marché n'a pas à être encombré de signes inutilisés. La déchéance n'est pas automatique. Il faut une faute imputable au titulaire de la marque[348], résidant généralement dans le fait de ne pas avoir protesté lorsque sa marque était utilisée de manière générique. Sa passivité lui sera donc reprochée, son inaction sanctionnée. La dégénérescence est finalement la conséquence d'un « *fait* » imputable au titulaire[349]. Il devra alors constamment veiller à ne pas avoir à supporter la déchéance de sa marque, les conséquences étant pour le moins radicales[350].

---

[345] L'article 22 §2 de l'Accord sur les ADPIC laisse une grande latitude aux États membres dans le choix des moyens juridiques à mettre en place pour empêcher : a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ; et b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la Convention de Paris. Ces instruments juridiques sont divers et variés, « qu'il s'agisse de lois concernant spécifiquement les indications géographiques, de lois sur les marques de fabrique ou de commerce, de lois relatives à la protection des consommateurs ou de la common law ». *Négociations, mise en œuvre et travaux du Conseil des ADPIC*, DOHA WTO MINISTERIAL 2001: Note d'information – Conseil des ADPIC. Voir SORGHO (Z.), *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce.*, préc.

[346] « *Peu importe que les usages génériques soient effectués de bonne ou de mauvaise foi : en toute hypothèse, l'éventuelle malhonnêteté d'usurpateurs initiaux disparaît derrière la généricité avérée d'une dénomination* ». LE GOFFIC (C.), « Dégénérescence des indications géographiques : où situer le point de non-retour ? », art. cit.

[347] GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, préc.

[348] Art. L 714-6 du Code de la propriété intellectuelle : « *Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait : a) La désignation usuelle dans le commerce du produit ou du service ; b) Propre à induire en erreur, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.* ».

[349] « *L'action qui permet au titulaire de se défendre contre ce phénomène n'est en rien assimilable à une action en revendication. Il s'agit plutôt d'une action (en responsabilité civile délictuelle par exemple) destinée à lutter contre des utilisations du signe qui le banalisent* » : BRUGUIÈRE (J.-M.), DUMONT (F.), « La question prioritaire de constitutionnalité dans le droit de la propriété intellectuelle », *Communication Commerce électronique n°5,* Mai 2010, étude 10.

[350] Exemple de marques devenues génériques : cellophane, bic, caddie, thermos, fermeture éclair, velux, nylon, bikini, frigidaire, pédalo, flix-tox, sopalin, k-way, kleenex, etc. Si une marque est victime de son succès et

Tout cela peut représenter des coûts financiers considérables pour le titulaire de la marque en vue de la protection, la défense et la communication de sa marque. Ainsi, l'Office du thé indien (*The Tea Board of India*[351]), très actif dans la défense de sa marque collective, tant devant les instances européennes et internationales que devant les instances nationales, a dépensé plus de 200.000 dollars US[352] en 4 ans pour assurer la protection de la marque et du logo Darjeeling à l'étranger[353]. Le meilleur exemple reste toutefois le secteur du champagne, qui met tout en œuvre pour assurer la défense de son nom contre les usurpations, avec un budget annuel de 3 millions d'euros[354]. Cette protection accrue des indications géographiques apporte aux producteurs des avantages considérables pour assurer une surveillance permanente sur les marchés étrangers ou pour empêcher des actes d'usurpation par des tiers non-autorisés, notamment lorsqu'il s'agit d'engager des procédures judiciaires et que des éléments de preuve manquent. C'est la raison pour laquelle le fait pour des opérateurs légitimes de prévenir les utilisations abusives par ceux qui

---

devient un mot usuel, elle n'est alors plus perçue comme étant une marque, d'où la nécessité qu'elle soit déchue car elle ne mérite plus la protection du droit des marques : CJUE, 6 mars 2014, *Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH c/ Pfahnl Backmittel GmbH*, aff. C-409/12 (ECLI:EU:C:2014:130). Voir CARON (C.), « La terrible déchéance pour dégénérescence de la marque », *Communication Commerce électronique n°5*, Mai 2014, comm. 44 ; CARON (C.), « De l'usage non fautif d'une marque en tant que mot du langage courant dans un journal », *Communication Commerce électronique n°5*, Mai 2017, comm. 41.

[351] *The Tea Board of India* est un établissement public dépendant du Gouvernement Indien, créée le 28 mai 1953 par le Tea Act de 1953, qui administre toutes les étapes de la production, de la transformation et de la vente du thé produit en Inde. Il est titulaire de la marque communautaire collective verbale DARJEELING n°0043255718 déposée le 7 mars 2005 et enregistrée le 31 mars 2006 et de la marque collective figurative antérieure déposée le 10 novembre 2009 et enregistrée le 23 avril 2010 pour désigner du thé. Voir RANGNEKAR (D.), "The use and application of geographical indications: the case of Darjeeling tea", in *Guide to Geographical Indications: Linking Products and their Origins*, édité par D. Giovannucci. International Trade Centre, Genève, 2010.

[352] *Indications géographiques pour le thé*, Comité des produits, Groupe intergouvernemental sur le thé, 18ème session, CCP : TE 08/5, Hangzou (Chine), 14-16 mai 2008 – pt 28 : « *À titre d'illustration de la procédure à suivre, il a fallu pour assurer la protection de la marque et du logo Darjeeling, mettre sur pied un organisme de contrôle chargé du suivi des demandes d'enregistrement conflictuelles à l'échelle mondiale. Certaines des infractions constatées ont donné lieu à des poursuites judiciaires, d'autres à des négociations. En 2007, sur quinze infractions constatées, sept restaient encore à régler. Sur une période de quatre ans, l'Office du thé indien a dépensé quelque 200 000 dollars USD en frais de justice et d'enregistrement, en frais de recrutement de l'organisme international de contrôle, et au titre des procédures en infraction engagées devant des juridictions étrangères. En outre, les mécanismes de contrôle utilisés par l'Office entraînent d'importantes dépenses administratives et autres* ». Voir en ce qui concerne différents cas d'usurpation de la dénomination de thé Darjeeling : MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international*, préc.

[353] La dénomination DARJEELING est aussi une indication géographique au sens de l'article 22 §1 de l'Accord sur les ADPIC. Règlement d'exécution (UE) n°1050/2011 de la Commission du 20 octobre 2011 enregistrant une dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées [Darjeeling (IGP)] (JOUE L 276 du 21.10.2011, p. 5–12).

[354] Source : https://avis-vin.lefigaro.fr/special-champagne/o138331-strategie-la-marque-champagne-au-top. Voir aussi OLSZAK (N.), *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, *op. cit.,* p. 19.

tendent à banaliser les dénominations géographiques devient essentiel pour éviter de glisser vers une dégénérescence. On pourrait finalement considérer qu'en bénéficiant de la dénomination enregistrée, les opérateurs s'engagent de manière collective à informer le public sur la dénomination enregistrée afin d'éviter toute dégénérescence. En tout état de cause, si une dénomination enregistrée devenait générique, cela pourrait éventuellement signifier que les opérateurs habilités n'ont pas suffisamment utilisé les moyens offerts pour contrer les usurpations par des tiers. Certains auteurs pensent d'ailleurs que le manque d'intérêt, voire la négligence de la part des opérateurs intéressés[355] dans la défense desdites dénominations puisse suffire à entraîner l'extinction du droit à la protection, A titre d'illustration, des producteurs de xérès espagnol ont tenté d'empêcher l'utilisation de la marque « British Sherry » pour du xérès ne provenant pas de la région de Jerez en Espagne, en revendiquant des droits exclusifs sur la marque « Sherry ». La Cour a constaté que le terme « Sherry » était bien une indication géographique et que les producteurs anglais ne devaient pas l'utiliser. Mais les producteurs espagnols ont été déboutés de leur demande car ils avaient consenti depuis plusieurs années à l'utilisation des marques telles que « British Sherry », « Australian Sherry » ou « South African Sherry » sur le marché anglais. La négligence des producteurs de xérès espagnol face à l'agressivité commerciale de tiers avait ainsi entrainé la dégénérescence de ladite dénomination en terme générique[356]. A l'instar des titulaires de marque, il semblerait alors que l'inaction ou la faible réaction des

[355] Selon le Professeur J. AUDIER, toute la difficulté réside dans le fait qu'une indication géographique puisse dégénérer soit par l'effet d'une décision prise par une autorité nationale de qualifier ou non un terme de « générique », soit par « *la négligence des producteurs originaires face à l'agressivité commerciale de leurs concurrents* ». AUDIER (J.), « Indications géographiques : le virus « générique », art. cit.. En prenant l'exemple de la Moutarde de Dijon (CA Paris, 19 mars 1929 : Ann. 1930, p. 257*)*, G. BONNET qualifie les dénominations devenues génériques comme étant des « *indications mal défendues contre les effets du succès d'un produit* » : BONET (G.), « La marque constituée par un nom géographique en droit français », art. cit. Mais cette idée suppose qu'il existe une propriété sur les appellations d'origine. Le Professeur Lorvellec considère que « *s'il existait une propriété sur les appellations d'origine, l'on pourrait comprendre que le droit admette facilement l'affirmation que telle appellation est devenue générique par l'effet de multiples détournements dont elle a été victime. Le droit sanctionnerait alors la négligence du propriétaire, selon une logique de péremption fréquente en droit de la propriété intellectuelle. […] l'appellation est au contraire étrangère à l'idée de propriété, elle est un signe et devient générique quand ce signe a perdu sa signification géographique pour le destinataire de l'information, pour le consommateur*. » LORVELLEC (L.), « Réponse à l'article du Professeur Jim Chen (Appellations d'origine) », *Revue de droit rural*, 1997, 249, pp. 44-49. Mme C. Le Goffic démontera à travers l'analyse de la thèse américaine que ces deux points de vue peuvent tout de même être conciliés. LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques*, Litec, coll. IRPI, n°753 et s.

[356] *Vine Products Limited & Others v Mackenzie & Company Limited & Others* (1969) R.P.C. 1 ; BLAKENEY (M), « Geographical Indications and TRIPS », in *Occasional Paper 8*, Friends World Committee for Consultation, *Quaker United Nations Office* (QUNO), *Geneva*, 2001. Voir aussi BAINBRIDGE (D.), *Intellectual Property*, Ed. Broché, 2008, p. 794.

opérateurs légitimes puisse suffire à entrainer la transformation de leur dénomination géographique enregistrée en terme générique[357]. Toutefois, comme le souligne Mme Le Goffic, la dégénérescence ne peut être « *imputée directement à la négligence des intéressés* » et résulte en effet d'un ensemble de facteurs mais « *avant tout de l'évasion sémantique de ces dénominations* »[358] qui a été accélérée par l'absence ou l'insuffisance de réaction des intéressés face à la perception du public.

B. Les organismes habilités et la perte de leur certification

La surveillance de l'utilisation des AOP et IGP doit être effectuée par les États membres sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne. En France, ces dénominations enregistrées sont contrôlées d'une part, par des organismes de défense et de gestion (ODG) et, d'autre part, par des organismes indépendants mandatés à cet effet - comprenant les organismes certificateurs (OC, conformes à la norme 45011) et les organismes d'inspection (OI, conformes à la norme 17020). La réforme à laquelle ont procédé l'ordonnance n°2006-1547 du 7 décembre 2006 et son décret d'application n°2007-30 du 5 janvier 2007 a eu une incidence majeure sur les organes de représentation de la filière. En effet, alors que la constitution d'un syndicat de défense n'était pas une condition de l'existence d'une appellation d'origine, cette réforme a exclusivement imposé la constitution d'un ODG pour l'enregistrement, la gestion et la défense d'une appellation[359]. Aussi, le système de contrôle a été modifié avec l'obligation de créer un organisme d'inspection ou de faire appel à un organisme de certification, dont le rôle est de veiller à la mise en œuvre d'un plan de contrôle élaboré en concertation avec l'ODG. Toutes les étapes

[357] L'auteur L. JATON considérait, d'ailleurs, que l'absence de réaction de la part de cette « *population* » quant à l'usage du nom géographique donnait lieu à une sorte de renonciation. JATON (L.), *La répression des fausses indications de provenance et les conventions internationales*, LGDJ, 1926.

[358] Voir LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit.* , n°745 et s.

[359] La demande de reconnaissance en qualité d'ODG doit se faire en même temps que la demande d'attribution d'une appellation d'origine contrôlée dont il entend assurer la défense et la gestion (art. L 642-17 al. 3 du C. rur.). Outre la demande de reconnaissance en qualité d'ODG, la demande de reconnaissance d'une appellation d'origine doit également être déposée auprès de l'INAO avec un projet de cahier des charges (art. R 641-11 et R 641-12 du C. rur.). En ce qui concerne les appellations déjà enregistrées, les dispositions transitoires et finales de ladite ordonnance ont accordé aux syndicats de défense des appellations d'origine un délai de deux mois à compter de la publication de ce texte pour le dépôt d'une demande de reconnaissance en qualité d'ODG. Elles ont assuré les missions confiées à l'ODG par l'article L 642-20 du Code rural et de la pêche maritime jusqu'à leur reconnaissance et au plus tard jusqu'au 31 mai 2007 (art. 8 de l'ordonnance n°2006-1547 du 7 décembre 2006).

de production, de transformation et d'élaboration fixées dans le cahier des charges sont ainsi contrôlées pour s'assurer que le produit est bien conforme aux exigences fixées au cahier des charges et qu'il peut donc être commercialisé sous AOP. Cette garantie est primordiale tant pour les consommateurs que pour les producteurs pour les protéger, par exemple, des risques de concurrence déloyale ou de contrefaçon. Ces modifications législatives interrogent dès lors sur les conséquences qu'entraîneraient la suspension ou le retrait définitif de la reconnaissance de l'ODG en qualité d'ODG (1) ou encore le retrait de l'agrément à l'organisme de contrôle (2) sur l'existence d'une appellation d'origine ainsi que sur son utilisation par les opérateurs habilités.

1. La perte de la certification par le retrait de la reconnaissance de la qualité d'ODG

La démarche collective en vue de l'obtention d'une AOP est obligatoirement portée par une structure collective : l'ODG qui réunit l'ensemble des opérateurs[360] de la filière concernée. Il est constitué à l'initiative d'un ensemble de producteurs et/ou transformateurs assurant une même production qui s'associe au sein d'une même structure. Il est ensuite reconnu par décision du directeur de l'INAO, après avis du Comité national sectoriel concerné [361] à condition de remplir les critères de représentativité, de représentation équilibrée[362] et de fonctionnement démocratique. En ce qui concerne le secteur vitivinicole, l'ODG peut être un syndicat viticole, une organisation interprofessionnelle[363] ou encore une association[364] étant donné que leurs structures juridiques permettent de remplir les critères sus-cités[365]. L'ODG est

[360] L'article L 642-3 al. 1 du Code rural et de la pêche maritime définit un opérateur comme « *toute personne qui participe effectivement aux activités de production, de transformation, d'élaboration ou de conditionnement prévues par le cahier des charges d'un produit bénéficiant d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine* ».

[361] Art. L 642-5 et R 642-34 du C. rur.

[362] Art. L 642-18 du C. rur.

[363] Art L 642-19 du C. rur. : pour le secteur des appellations d'origine, les organisations interprofessionnelles remplissant certaines conditions, notamment lorsqu'elles assumaient au 1er janvier 2007 les missions dévolues jusqu'à cette date aux syndicats de défense, peuvent être reconnues en qualité d'ODG.

[364] BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole*, *op. cit.,* p. 29.

[365] La composition est néanmoins restreinte aux seules personnes établissant la déclaration de récolte, autrement dit aux producteurs. Les négociants et les négociants vinificateurs n'en sont ainsi pas membres. Art L 644-1 al. 1 du C. rur. D'autres opérateurs peuvent y être associés. Lorsque les conditions de production attribuées par l'INAO sont susceptibles de s'imposer à des opérateurs qui ne sont pas représentés dans l'ODG,

devenus les interlocuteurs privilégiés de l'INAO[366]. L'ODG se voit reconnaître une mission d'intérêt général « *de préservation et de mise en valeur des terroirs, des traditions locales et des savoir-faire ainsi que des produits qui en sont issus* »[367]. Il lui appartient d'élaborer le projet de cahier des charges définissant les conditions de production du produit sous appellation dont il a la responsabilité et qui sera ensuite validé et homologué par voie réglementaire, sur proposition de l'INAO, de veiller à l'application de ces cahiers des charges en contrôlant les opérateurs, en s'assurant de la fiabilité des autocontrôles de ces derniers et en participant à la mise en œuvre des plans de contrôle ou d'inspection. Il tient à jour une liste des opérateurs actuels, et la transmet à l'organisme de contrôle concerné et à l'INAO, participe aux actions de défense et de protection du nom, du produit et du terroir, aux actions de promotion et de valorisation du produit ainsi qu'à la connaissance économique du secteur (informations relatives aux volumes, au nombre d'opérateurs par catégorie, aux moyens de production, à la valorisation des produits et aux débouchés[368]) et désigne un organisme, agréé par l'INAO, pour réaliser le contrôle du cahier des charges. De par ses missions, l'ODG conditionne ainsi la vie de l'AOP ou IGP. Qu'adviendrait-il si l'AOP deviendrait – en quelque sorte – « orpheline » ?

L'article L 642-26 du Code rural et de la pêche maritime prévoit toutefois une procédure de suspension ou de retrait de la reconnaissance aux ODG[369]. Lorsqu'un ODG ne remplit plus les conditions auxquelles est subordonnée sa reconnaissance ou lorsqu'il n'assure plus ses missions, le directeur de l'INAO peut prononcer, après avis du comité national compétent, la suspension pour une durée maximale de six mois ou le retrait de sa reconnaissance [370] . L'organisme ayant perdu la

---

ce dernier recueille leur avis dans le cadre des comités régionaux de l'INAO pour une appellation. Art. L 644-5 al. 2 (pour l'AO) et art. L 644-5-1 (pour l'IGP) du C. rur. Voir en ce sens BARTHE (F.), « L'harmonisation des signes de qualité », *Revue de droit rural,* n°396, Octobre 2011, dossier 21 : « *Ce dispositif laisse à penser que les ODG viticoles, ou certains d'entre eux, ont souhaité rester très proches de la situation de syndicat professionnel* ».

[366] Source : https://www.inao.gouv.fr/Espace-professionnel-et-outils/Les-organismes-de-defense-et-de-gestion-ODG

[367] Art. L 642-22 du Code rural et de la pêche maritime.

[368] Cf. Dir. n°INAO-DIR-2009-03 rév.1 : Suivi des conditions de reconnaissance des ODG.

[369] Art. L 642-26 du C. rur.

[370] Des audits sont organisés annuellement afin que l'organisme de contrôle veille à ce que l'ODG remplisse bien dans la durée les conditions de sa reconnaissance (représentation, transparence, fonctionnement démocratique) et à ce qu'il assure les missions qui lui sont dévouées par le Code rural et de la pêche maritime et par les directives du Conseil des Agréments et Contrôles de l'INAO en vigueur. La fréquence de ces contrôles est précisée dans le plan de contrôle ou d'inspection. Cf. Dir. n°INAO-DIR-2009-03 rév.1 : Suivi des conditions de reconnaissance des ODG et Dir. n°INAO-DIR-CAC-1 : mise en œuvre des contrôles et traitement des manquements. Etant lié à des opérations de contrôle, l'audit en tant que tel semble avoir vocation à maintenir

reconnaissance de la qualité d'ODG ne peut par conséquent plus effectuer des constats en vue de l'habilitation des opérateurs et réaliser le contrôle interne permettant de s'assurer du respect du cahier des charges par les opérateurs habilités selon les dispositions figurant au plan de contrôle ou d'inspection[371]. Dans cette hypothèse, une rupture de contrôle de l'AOP ou IGP concernée est constatée. Il n'y aurait finalement de conséquences sur l'utilisation de l'appellation d'origine que si le contrôle ne peut plus être assuré puisque le signe reste enregistré dans le registre tenu par la Commission européenne. Ainsi, on pourrait être tenté de croire que la décision du retrait de la reconnaissance de la qualité d'ODG pourrait avoir pour conséquence la suspension de la commercialisation des produits revendiquant l'appellation d'origine pour les opérateurs, puisque privés du contrôle. Or, le dispositif de contrôle est exigé par le droit de l'Union européenne ; les Etats membres sont responsables des contrôles visant à vérifier le respect des exigences fixées au cahier des charges des produits et à surveiller le marché afin de détecter d'éventuels cas d'usurpation induisant le consommateur en erreur quant à la véritable origine d'un produit[372]. Par conséquent, l'INAO devra nécessairement trouver une solution de remplacement si le contrôle n'est plus assuré par l'ODG, le but étant d'éviter de sanctionner injustement les opérateurs respectant le cahier des charges.

---

une forme de pression sur l'ODG afin qu'il réalise ses missions de contrôle. Les défaillances constatées dans le cadre de cette évaluation sont notifiées à l'ODG. En cas d'absence de mise en conformité ou de récidive, les manquements constatés et le suivi des actions correctives entreprises sont ensuite communiqués sous forme de rapport à l'INAO par l'organisme de contrôle. Puis, à défaut de régularisation après les échanges entre les services de l'INAO et l'ODG, ce dernier peut se voir retirer de manière définitive son habilitation. A date, cette procédure n'a encore jamais été actionnée.

[371] L'ODG ayant également la faculté de remplir des missions autres que la gestion et la défense de l'appellation, il (re)deviendrait alors un groupement d'opérateurs assurant des missions à vocation associative ou syndicale puisqu'il peut se livrer à d'autres activités sans lien avec la reconnaissance en qualité d'ODG, sous réserve qu'elles soient financées par des moyens autres que le produit de la cotisation prévue par l'article L 642-24 du C. rur. Il peut également « *élaborer une charte de bonnes pratiques contenant des dispositions de nature à préserver certaines caractéristiques environnementales de son terroir ou des dispositions spécifiques en matière de bien-être animal ; le respect de cette charte par l'opérateur n'est pas une condition d'obtention du signe d'identification de la qualité et de l'origine* ». Art. L 642.22 du C. rur. Le paiement de la cotisation liée aux missions associatives ou syndicales de l'ODG est volontaire, facultatif et distincte de la cotisation obligatoire liée aux missions à la gestion et à la défense de l'appellation d'origine.

[372] Art. 36 et 37 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 146 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 38 du règlement (UE) 2019/787 et art. 22 et 23 §4 du règlement (UE) 251/2014. Ces autorités doivent garantir l'efficacité, l'impartialité, la qualité et la cohérence des contrôles selon le règlement (UE) n°2017/625. Art. 38 §2 du règlement (UE) n°1151/2012: *« Les États membres effectuent des contrôles, sur la base d'une analyse de risques, afin de veiller au respect des exigences du présent règlement et, en cas de violation, prennent toutes les mesures nécessaires* ». European Court of Auditors, *Do the Design and Management of the Geographical Indications Scheme Allow It to Be Effective?*, Special Report 11, 2011, 50 p. Disponible en ligne : https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/34c80c73-a6f9-4c28-99cd-16b79b1d1df4.

Cette procédure de suspension ou de retrait de la reconnaissance aux ODG a été initiée par les professionnels ayant mis en place le nouveau système. Cette possibilité est toutefois difficile à envisager du fait du statut si spécifique de l'ODG. Selon la réglementation européenne, les groupements de producteurs[373] jouent un rôle essentiel dans la procédure de demande d'enregistrement, de modification de cahiers des charges ainsi que d'annulation, mais pas dans celle du contrôle des appellations d'origine et des indications géographiques. Elle prévoit que seul un groupement peut introduire une demande d'enregistrement et ce, quelque soit sa forme juridique[374], alors qu'au niveau national, un ODG unique doit obligatoirement être constitué pour l'enregistrement[375] et le fonctionnement[376] d'une appellation d'origine[377]. C'est pourtant bien l'autorité compétente qui est chargée d'assurer le contrôle selon le droit de l'Union européenne, mais, par l'effet de l'ordonnance du 7 décembre 2006, l'ODG a été rendu obligatoire pour tous les opérateurs concernés par une appellation d'origine. Le Code Rural et de la Pêche Maritime impose en outre à tous les opérateurs concernés par une appellation, l'adhésion à l'ODG chargé de sa gestion et sa défense[378] (excepté si l'ODG est une organisation interprofessionnelle reconnue) ainsi que le paiement de cotisations[379]. Bien que ces dispositions soient contestables[380], l'opérateur devient automatiquement membre de droit une fois l'habilitation obtenue et est, de fait, assujetti au paiement de la

[373] Le terme « *groupement* » correspond à toute association principalement composée de producteurs ou de transformateurs concernés par le même produit. Art. 3 §2 du règlement (UE) n°1151/2012.

[374] Art. 49 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 95 §1 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 24 §1 du règlement (UE) 2019/787 et art. 12 §1 du règlement (UE) n°251/2014. Le règlement prévoit toutefois qu'une personne physique ou morale peut, sous certaines conditions, présenter une demande.

[375] Art. L 641-6 §1 du C. rur. : « *La reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée est proposée par l'Institut national de l'origine et de la qualité, après avis du groupement d'opérateurs qui sollicite la reconnaissance en qualité d'organisme de défense et de gestion* ». L'ODG doit donc être reconnu de façon définitive avant que le comité national propose la reconnaissance de l'appellation.

[376] Art. L 642-17 §1 du C. rur. : « *La défense et la gestion d'un produit bénéficiant d'un label rouge, d'une appellation d'origine, d'une indication géographique ou d'une spécialité traditionnelle garantie est assurée par un organisme doté de la personnalité civile ».*

[377] Une appellation d'origine ne peut pas avoir plusieurs ODG mais un organisme peut assurer la défense et la gestion de plusieurs produits. Art. L 642-17 al. 2 du C. rur.. OLSZAK (N.), « Acteurs et méthodes de la politique de qualité du produit agricole - Rapport de synthèse », *Revue de droit rural,* n°396, Octobre 2011, dossier 24 : « *ils peuvent se regrouper ou se diviser pour gérer au mieux un véritable portefeuille de signes de qualité et faire jouer la concurrence pour choisir des organismes de contrôle ou d'inspection* ».

[378] Art. L 642-21 du C. rur.

[379] C.E, 12 février 2007, *Association Sopravit et autres*, n°301131. Note N. OLSZAK sous C.E, ord. réf., 12 février 2007, n°301131, *Association Sopravit et autres,* Gaz. Pal., Spécial *Droit agraire*, 15-18 août 2007, n°227 à 230, p. 9.

[380] Voir en ce sens, LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit.,* pt 428 à 431 ; MARIE-VIVIEN (D.), *La Protection des indications géographiques : France, Europe, Inde*, *op. cit.,* p. 154

cotisation annuelle prévue [381]. Cette obligation permet à l'ODG d'assumer les missions prévues par la législation nationale, comme le contrôle interne. Pourtant, la constitution d'un ODG tout comme son adhésion[382] n'est en rien obligatoire. Aucun texte de l'Union européenne n'impose la constitution d'un groupement de producteurs pour la gestion d'une appellation d'origine [383] sauf dans le cas

[381] Art. L 642-24 du C. rur. Cet article prévoit que l'assemblée générale de l'ODG peut décider du versement par ses adhérents d'une cotisation annuelle pour la réalisation des missions de défense et de gestion du signe enregistré, dont elle fixe les modalités de calcul et de recouvrement. Cette cotisation n'est donc pas obligatoirement mise en place par l'ODG s'il dispose de moyens autres lui permettant de réaliser ses missions. En revanche, s'il opte pour la cotisation annuelle prévue par l'article L 642-24, elle devient obligatoire pour l'ensemble des adhérents. Certains tentent d'échapper à leurs obligations de paiement en invoquant la liberté d'association mais la Cour de cassation a confirmé le caractère obligatoire de ce paiement : Cass. Civ. 1ère, 14 janvier 2016, n°14-26.443. A rapprocher de : Cass. Com., 11 mars 2008, n°06-12.855*, Société Robin Pichicehery c/ Assoc. Interprof. des vins du Val-de-Loire*: JurisData n°2008 -043140 ; Revue de droit rural n°363, Mai 2008, comm. 90, note J.-J. BARBIERI. L'obligation au paiement de cotisations volontaires obligatoires, instituée par l'article L 632-6 du Code rural et de la pêche maritime, ne porte pas atteinte à la liberté des professionnels d'une filière agro-alimentaire de ne pas être membre d'une association, telle qu'elle résulte de l'article 11 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, dès lors, d'abord, que constitue une telle association, selon les parties, une organisation interprofessionnelle agricole et que celle-ci a été reconnue comme telle par arrêté interministériel et habilitée, en application de l'article L 632-6 du même code, à prélever des cotisations résultant d'accords interprofessionnels étendus par arrêtés ministériels sur tous les professionnels de la filière agro-alimentaire en cause représentés en son sein ; ensuite, que les ressources de cette association proviennent non seulement de ces cotisations volontaires obligatoires, mais aussi des cotisations versées par ses adhérents, les premières constituant des créances de droit privé à caractère obligatoire dont le versement est sans lien avec l'attribution de la qualité de membre aux seules organisations professionnelles ayant versé les secondes ; et, enfin, que tout opérateur économique agissant dans le secteur considéré est libre de développer son activité sans être tenu d'y adhérer.
Etant obligatoire, le non-paiement de la cotisation afférente aux missions légales de l'ODG peut conduire à la mise en œuvre des mesures prévues par le plan de contrôle ou d'inspection de l'appellation d'origine, allant jusqu'au retrait ou à la suspension de l'habilitation de l'opérateur par l'organisme certificateur ou l'INAO.

[382] Il y a une rupture totale par rapport aux règles habituelles de liberté syndicale ou de liberté d'association. VISSE-CAUSSE (S.), « Pour une défense cohérente de l'appellation d'origine - De la nécessité d'une qualification juridique respectant une institution des terroirs », art. cit. L'article 11 de la Convention européenne des droits de l'homme dispose : « *Toute personne a droit à la liberté de réunion pacifique et à la liberté d'association, y compris le droit de fonder avec d'autres des syndicats et de s'affilier à des syndicats pour la défense de ses intérêts* ». La Cour européenne des droits de l'homme a ainsi pu rappeler le principe de la liberté d'association dans un arrêt rendu en 1999 contre la France (CEDH, 29 avril 1999, *Chassagnou et a. c/ France*, n°25088/94, 28331/95 et 28443/95).

[383] La création d'un ODG ne semblait d'ailleurs pas une nécessité absolue mais à l'époque, les professionnels souhaitaient réformer les structures mises en place en séparant ainsi les missions de contrôle de celles de la défense et de la gestion d'une appellation. La perspective devint alors différente. La plupart des syndicats étaient des syndicats de vignerons qui défendaient l'appellation mais de leur point de vue. Aujourd'hui, l'ODG défend l'appellation et parfois au détriment des vignerons. Dans le secteur viticole, cette réforme a été approuvée par les professionnels dans la mesure où les syndicats de défense des appellations d'origine bénéficient désormais d'une reconnaissance officielle et d'un financement assuré par des cotisations. Elle a mis un terme à la concurrence entre syndicats pour une même appellation d'origine et a permis une simplification des contrôles. FEREDJ (R.), *O.P.A sur la viticulture – Entre fatalité et espoir*, Ed. Féret, 2007 et LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit*.. En ce qui concerne les critiques portées contre les dégustations d'agrément, voir HUMBERT (F.), « Ça tourne au vinaigre pour le terroir »*, Que choisir,* n°451, Septembre 2007, pp. 52-55 ; Conseil national de l'alimentation, « Avis n°45 sur le développement des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires, nationaux et communautaires », 30 octobre 2003.

d'une demande de reconnaissance d'un produit[384] ou de modification du cahier des charges. Il est toutefois possible qu'une appellation d'origine subsiste sans ODG. Par exemple, si aucun opérateur bénéficiant d'une appellation d'origine n'estime que le cahier des charges doive être modifié et qu'il souhaite laisser les choses en l'état, un ODG peut alors ne pas être constitué. Le dispositif fonctionnerait, bien qu'il ne soit pas conçu de cette façon en France. Mais dans une appellation de taille moyenne, des opérateurs souhaiteront toujours faire évoluer leur appellation, leurs propres produits, leur notoriété et pour ce faire, ils se constitueront en association et demanderont sa reconnaissance en tant qu'ODG pour pouvoir continuer de bénéficier de la prestigieuse appellation. Ainsi, l'INAO décidera de la durée temporaire de la prise en charge des contrôles par un organisme spécialisé le temps qu'un nouvel ODG se forme.

L'ODG est, par essence, une instance de représentation politique et professionnelle auprès des pouvoirs publics. On pourrait imaginer que structurellement, des groupements de professionnels se constituent pour demander leur reconnaissance en tant qu'ODG ou décider de confier le contrôle à une autre ODG[385]. Cela est théoriquement possible sous réserve de l'autorisation de l'INAO. A titre d'exemple, il convient de revenir ici sur ce qu'il s'est passé à Châteauneuf-du-Pape en 1999 où une défaillance du syndicat d'appellation « Châteauneuf-du-Pape » avait été constatée. Pendant longtemps, la Fédération des Syndicats Producteurs de Châteauneuf-du-Pape était agréée par l'administration pour procéder aux examens préparatoires à la mise en circulation des vins revendiquant cette appellation. Mais par une décision en date du 27 et 28 mai 1999, suivi d'une délibération en date du 9 et 10 septembre 1999, le comité national des vins et eaux-de-vie de l'Institut national des appellations d'origine a décidé de retirer l'agrément conféré à la Fédération pour le confier temporairement au Syndicat général des vignerons réunis des Côtes-du-Rhône. La Fédération a demandé l'annulation pour excès de pouvoir de ladite décision ainsi que de ladite délibération. Le Conseil d'Etat l'a débouté de sa

[384] Le Code rural et de la pêche maritime prévoit que la demande de reconnaissance en qualité d'ODG soit formée par toute personne physique ou morale ou tout groupement de personnes physiques ou morales. Art. R 642-33 du C. rur.

[385] Avant la réforme, plusieurs syndicats pouvaient coexister au sein d'une même appellation. Aujourd'hui, un ODG peut représenter plusieurs appellations. Art. L 642-17 du C. rur. Exemple avec le Syndicat Général des Vignerons de la Champagne qui est reconnu ODG pour les appellations Champagne et Coteaux Champenois.

demande[386], en considérant qu'elle n'était plus à même de remplir la mission pour laquelle elle avait reçu l'agrément[387], n'étant plus à elle seule représentative de l'ensemble des viticulteurs de l'appellation d'origine contrôlée « Châteauneuf-du-Pape ». Ainsi, les examens analytique et organoleptique des vins se sont vus confiés au Syndicat général des vignerons réunis des Côtes-du-rhône avec l'accord du syndicat intercommunal de défense viticole de l'appellation d'origine contrôlée « Châteauneuf-du-Pape », devenu représentatif d'une partie significative des viticulteurs de l'appellation. L'administration française avait le pouvoir de retirer l'agrément à un syndicat viticole lorsque les conditions relatives à son octroi n'étaient plus remplies[388], ce qui n'est pas sans rappeler le retrait de certification à un ODG prévu à l'article L 642-26 du Code rural et de la pêche maritime, et de le confier à un autre groupement de producteurs. Cela pourrait laisser entendre que l'INAO, toujours autorité publique, pourrait de nouveau déléguer le contrôle comme il le faisait auparavant, à un autre ODG. La Directive du conseil des agréments et contrôles en date du 31 janvier 2018[389], qui concerne les principes généraux du contrôle indique d'ailleurs que l'ODG peut envisager de sous-traiter une partie de ses missions de contrôle interne à une organisation délégataire, sous réserve que cette sous-traitance soit évaluée conformément aux modalités prévues dans le plan de contrôle.

Le contrôle interne pourrait aussi être entièrement délégué à un autre organisme, l'ODG étant non obligatoire. Le droit de l'Union européenne paraît relativement exhaustif en ce qui concerne les questions de contrôle mais les différents stades de contrôles n'y sont pas évoqués. En effet, l'autocontrôle, le contrôle interne et le contrôle externe ne sont qu'une mise en œuvre française.

Le Code rural et de la pêche maritime évoque le contrôle interne. L'article L 642-22 précise que l'ODG a pour mission de participer *« à la mise en œuvre des plans de contrôle et d'inspection* », pour autant que des missions lui aient été mises à charge dans ce plan de contrôle. L'autorité publique délègue le contrôle et l'ODG choisit l'organisme de contrôle. L'ODG a un droit de présentation de l'organisme de contrôle auprès de l'INAO et peut décider que le contrôle du signe se fasse entièrement en

[386] C.E, 2 / 1 SSR, du 28 décembre 2001, 215033 215034, inédit au recueil Lebon.

[387] La reconnaissance de ces syndicats, en particulier dans le secteur viticole, doit reposer sur leur caractère représentatif des personnes qui revendiquent l'appellation dans la déclaration de récolte prévue à l'article 107 du Code général des impôts.

[388]« *le pouvoir dévolu à une autorité administrative de délivrer un agrément comporte nécessairement celui de le retirer lorsque les conditions mises à son octroi cessent d'être remplies* ».

[389] Cf. Dir. n°INAO-DIR-CAC-6 : Principes généraux du contrôle.

contrôle externe[390]. L'organisme de contrôle prendra alors l'intégralité du dispositif en charge avec, l'enregistrement des déclarations de revendications et de production, la diffusion du cahier des charges et du plan de contrôle, le traitement des déclarations d'identification, etc., entraînant derechef une modification du plan de contrôle. Mais pour des raisons qui lui sont propres (organisation, coûts), l'ODG peut aussi décider de confier l'organisation des examens analytiques et organoleptique, visant à s'assurer de la qualité et de la typicité des produits présentés, à une tierce partie[391]. Il existe des régions où il n'est pas prévu de contrôle portant sur les produits[392] dans le cadre du contrôle interne. C'est notamment le cas pour les appellations Bordeaux, Bordeaux Supérieur et Crémant de Bordeaux[393], où tout est réalisé en externe par l'organisme d'inspection Qualy-Bordeaux et pour l'AOC Champagne avec l'AIDAC[394]. Cette dimension « contrôle interne » par l'ODG semble avoir été conservée pour que les syndicats viticoles puissent à leur tour conserver leur statut de « syndicat d'appellation » et pour qu'ils puissent continuer de participer à une vie collective à travers une connaissance approfondie du produit. Cette connaissance ne doit pas « simplement » être déléguée à une tierce partie, qui ne serait là que pour certifier un respect d'un cahier des charges. Quant au contrôle par une tierce partie, il semble avoir été mis en place pour assurer une certaine forme de crédibilité du dispositif et éviter que ce ne soit pas uniquement les opérateurs, qui assurent l'intégralité du contrôle dans le cadre de l'ODG. En outre, l'INAO a la possibilité de substituer l'organisme de contrôle[395] à l'ODG en cas de retrait de son habilitation. Suite au constat d'une défaillance de l'ODG, l'organisme de contrôle ou d'inspection peut, en effet, assurer les contrôles internes auprès des opérateurs par une augmentation des contrôles externes, sous réserve de son autorisation. Une modification du plan de contrôle peut d'ailleurs être demandée en cas de défaillance du contrôle interne. En

[390] Exemples de contrôle interne néant quant aux modalités d'organisation des examens analytiques et organoleptiques : Plan d'inspection de l'AOC Luberon - version approuvée le 17 octobre 2014 ; Plan d'inspection de l'AOC Lirac – version approuvée le 29 juin 2009.

[391] La commission de dégustation et les grilles d'évaluation resteront les mêmes, puisque cela est une exigence de l'INAO. Les méthodes de contrôle devront, par conséquent, être similaires. Mais cela sera au moins réalisé par des modèles de contrôle. Dir. INAO-DIR-2008-02 v.3 : Commission chargée de l'examen organoleptique.

[392] Les modalités du contrôle produit sont fixées dans le cahier des charges et le plan de contrôle conformément à l'article D 644-2 du C. rur.

[393] Plan d'inspection de l'AOC Bordeaux et Bordeaux Supérieur, version approuvée le 6 octobre 2015 ; Plan d'inspection de l'AOC Crémant de Bordeaux, version approuvée par le CAC de l'INAO le 29 juin 2009.

[394] Plan d'inspection de l'AOC Champagne, version approuvée le 3 mai 2016.

[395] Le contrôle du respect du cahier des charges est effectué par un organisme de contrôle, organisme tiers offrant des garanties de compétence, d'impartialité et d'indépendance, agréé par l'autorité publique, sur la base d'un plan de contrôle ou d'inspection approuvé. Art. L 642-27 du C. rur.

tout état de cause, la prise en charge par l'organisme de contrôle reste limitée dans le temps et laissée à l'appréciation du directeur de l'INAO[396] puisque, d'une part, une prise en charge répétitive ou définitive remettrait directement en question le contenu du plan de contrôle ou d'inspection et, d'autre part, l'ordonnance du 7 décembre 2006 rend dans tous les cas obligatoire la constitution d'un ODG unique pour le bon fonctionnement de l'appellation d'origine.

2. La perte de la certification par le retrait de l'agrément de l'organisme de contrôle

Le Code rural et de la pêche maritime prévoit le retrait de la reconnaissance pour l'ODG en cause mais également le retrait de l'agrément de l'organisme de contrôle s'il « *cesse de remplir une des conditions sur le fondement desquelles cet agrément lui a été accordé, notamment lorsque l'évaluation technique sur place a révélé des faits de nature à justifier une sanction* »[397].

Suite à un contrôle réalisé par la COFRAC[398], un organisme de contrôle peut perdre son accréditation s'il ne remédie pas à tous les manquements et, derechef, l'agrément de l'INAO. Dans cette hypothèse, une rupture de contrôle du ou des SIQO concerné(s) est là aussi constatée. L'organisme de contrôle ayant perdu l'agrément ne peut plus assurer le contrôle externe du cahier des charges sur la base du plan de contrôle ou d'inspection. Selon les dispositions de la circulaire de l'INAO en ce qui concerne la délégation de tâches aux organismes de contrôle agréés[399], la rupture de contrôle, qu'elle soit de certification ou d'inspection, de l'AOP ou IGP concernée entraînerait une impossibilité d'utilisation de ces signes sur les produits, ou, pour l'organisme certificateur, de délivrer le certificat. Si l'agrément est retiré, l'ODG pourra soit décider de maintenir sa confiance dans l'organisme de contrôle, soit en choisir un nouveau[400] pour assurer la continuité du contrôle[401].

---

[396] Cf Dir. INAO-DIR-CAC-1, Dir. n°INAO-DIR-CAC-6 : Principes généraux du contrôle.

[397] Art. R 642-49 du C. rur. Les thématiques abordées lors d'une évaluation technique d'organisme de contrôle sont précisées en annexe 2 de la directive du conseil des agréments et contrôles INAO - DIR - CAC – 5 Rév.3 (Procédures et modalités d'agrément des organismes de contrôle).

[398] MULTON (J.-L.), TEMPLE (H.), VIRUEGA (J.L.), *Traité pratique de droit alimentaire*, Coll. Sciences et techniques agroalimentaires, Lavoisier, 2013.

[399] Cf. Circulaire INAO-CIRC-2010-04 rèv.5 : Délégation de tâches aux organismes de contrôle agréés.

[400] Art. R 642-51 du C. rur. : « *Si l'agrément est retiré à l'organisme chargé du contrôle d'un produit bénéficiant d'un signe d'identification de la qualité et de l'origine, l'organisme qui assure la défense et la gestion de ce produit propose à l'Institut national de l'origine et de la qualité un nouvel organisme de contrôle* ». En cas de

Le choix de l'organisme de contrôle et du dispositif de contrôle, qu'il soit de certification ou d'inspection, incombe à l'ODG. Ce dernier peut décider de changer d'organisme de contrôle sans changer de dispositif de contrôle ou de changer d'organisme de contrôle et de dispositif de contrôle. En cas de changement d'organisme de contrôle et/ou de dispositif de contrôle, l'ODG doit informer l'INAO quatre mois avant la date prévue pour le changement. Les délais peuvent être réduits en cas d'urgence ou de retrait/suspension d'agrément.
L'organisme de contrôle concerné par le retrait ou la suspension d'agrément prononcera la résiliation de la certification et de l'ensemble des habilitations des opérateurs de l'ODG bien que les produits qui bénéficient d'un signe enregistré continuent de répondre aux exigences fixées au cahier des charges rédigé par l'ODG.

S'il n'y a plus de contrôle effectué par l'organisme de contrôle, les opérateurs ne peuvent plus en théorie produire sous l'appellation d'origine. Mais à date, aucun ODG ne s'est encore retrouvé sans organisme de contrôle, notamment en certification. En effet, l'ODG est le premier organisme certifié. C'est l'organisme de contrôle qui certifie l'ODG pour le compte de l'ensemble des opérateurs. Les adhérents de l'ODG par l'intermédiaire de la certification de l'ODG sont alors certifiés, à la condition qu'ils soient adhérents dudit ODG. A noter qu'avec près de 1 000 plans d'inspection à vérifier et à approuver (AOP, IGP, labels rouges), des « dispositions communes de contrôle » ont été mises en place dans un souci de simplification. Ces nouvelles mesures permettent de faire « le pont » entre les différents cahiers des charges avec plusieurs niveaux. L'INAO établira, par exemple, le plan d'inspection avec des dispositions communes pour les appellations Champagne, Coteaux champenois et Rosé des Riceys. Autrement dit, ce qui est présent dans les trois plans d'inspection se retrouvera dans un seul plan d'inspection. Les différences d'une appellation à une autre seront ensuite rédigées par les organismes dans des dispositions dites spécifiques. Seules les dispositions spécifiques par appellation pourront, à l'avenir, être révisées[402].

changement d'organisme de contrôle, l'ODG devra respecter une procédure définie par la circulaire de l'INAO en ce qui concerne la délégation de tâches aux organismes de contrôle agréés.
[401] Afin d'éviter toute rupture de certification ou d'inspection du ou des SIQO concerné(s), l'ODG est automatiquement informé du retrait ou de la suspension d'agrément par le directeur de l'INAO.
[402] Cf. INAO-DEC-CONT-1, « Dispositions de contrôle communes à l'ensemble des SIQO hors AB », 16 juin 2020.

A titre de conclusion, nous pouvons affirmer que s'il est correctement protégé dans l'Union européenne ou dans les pays tiers par le biais d'accords bilatéraux, le nom géographique enregistré sous AOP ou IGP ne pourra pas devenir générique. Dès lors qu'il y a usurpation ou utilisation frauduleuse du nom et que les opérateurs légitimes mettent en place les structures de contrôle nécessaires pour respecter l'accord conclu, il ne saurait en effet y avoir de généricité subséquente. La seule éventualité serait due à un dysfonctionnement (administratif) qui devrait être pallié au plus vite et n'aurait de toute manière pas pour conséquence une abolition de la protection. Il est clair que des petits groupements mal organisés et peu armés juridiquement peuvent donner l'impression d'un abandon de leur indication géographique. N'oublions cependant pas que la protection *ex officio* existe pour rendre collectivement responsables toutes les instances de contrôle, soit imposer une responsabilité collective au service d'un droit collectif, contrairement au droit des marques où le titulaire doit lui-même assumer la défense d'un droit individuel dont il a l'apanage.

CHAPITRE 2
Les conséquences de la perte de la protection des AOP/IGP

Après avoir étudié de manière statique et dissociée les possibles sorties du système de l'AOP-GPG, nous aborderons dans le présent chapitre les conséquences supposées de la perte de la protection.

Sur près de 1 600 dénominations enregistrées pour du vin et près de 3 000 pour l'ensemble des catégories de produits (produits alimentaires, vins, spiritueux et vins aromatisés)[403] en Europe, seules quinze IGP et AOP ont été retirées du registre tenu par la Commission européenne, via la procédure d'annulation. Ce frein peut notamment s'expliquer par le fait que les règlements européens restent silencieux sur les conséquences directes qu'entraînerait la perte de la protection pour une des AOP-IGP. Cette situation engendrerait en effet des problèmes pratiques, notamment en termes de sécurité commerciale et juridique, de par la remise en cause des droits légalement acquis sous l'empire des textes existants. Aucun de ces textes ne semble précisément répondre aux questions de l'appartenance de la dénomination enregistrée sous AOP ou IGP, de l'utilisation du nom géographique une fois retiré du registre ou bien de la rétroactivité ou non de l'annulation. D'ailleurs, à supposer que les producteurs ne puissent plus utiliser le nom géographique tant réputé ou que l'annulation soit rétroactive, cela entraînerait des répercussions économiques et juridiques non-négligeables pour les producteurs sortis de l'appellation ou encore pour les tiers qui auraient été lésés par la décision d'annulation. En effet, dans l'hypothèse où un vin ne bénéficierait plus de l'AOP ou IGP, quelles seraient les répercussions de ce retrait du registre pour le producteur qui a investi, sachant que le nom géographique figurerait encore sur les étiquettes, pour un consommateur qui achèterait ledit vin, ou encore pour un distributeur qui le commercialiserait ? En outre, qu'adviendraient-ils des raisins situés sur les parcelles de la commune ou des moûts mis en tonneaux ? Nous examinerons ainsi, d'une part, l'appréciation des effets dans le temps de la perte de la protection (Section 1) et, d'autre part, ses effets sur le nom géographique (Section 2).

[403] Source : Site e-ambrosia – extraction le 28 septembre 2020.

Section 1. L'appréciation des effets dans le temps

La perte de la protection soulève la question du droit transitoire. Les règlements d'exécution de la Commission portant annulation de l'enregistrement d'une dénomination géographique viennent supprimer la dénomination concernée du registre tenu par la Commission européenne[404]. Ce retrait permet d'affirmer que l'AOP ou l'IGP en question n'existe plus. Toutefois, ils ne précisent pas ce que signifie la perte de la protection et notamment si cette décision a des effets rétroactifs. Et, le cas échéant, dans quelle mesure ? Ni le droit de l'Union européenne, ni la jurisprudence ne semble répondre à ces interrogations (§1). En revanche, les règlements européens précisent que des mesures transitoires peuvent être octroyées pour les opérateurs concernés au profit de la sécurité juridique, mais quid de « l'après annulation » ? (§2).

§1. L'absence supposée d'effet rétroactif

L'annulation est une procédure administrative similaire pour chacune des catégories de produits. La réflexion consiste ici à appréhender d'une part, la signification de la notion d' « annulation » utilisée par la Commission européenne (A) afin d'en déterminer ses effets et si possible d'en limiter les effets négatifs sur les droits antérieurement acquis, et d'autre part, les effets de cette décision d'annulation au niveau national (B).

A. L'annulation par acte de la Commission européenne

Le terme « annulation » utilisé par les règlements européens relatifs aux AOP et IGP est pour le moins discutable. Dans le cadre de notre réflexion, deux hypothèses sont à envisager. Soit l'AOP-IGP était dès le départ altérée et la protection n'aurait alors jamais dû être accordée ; alors l'annulation peut avoir un effet rétroactif (à l'exception près de la bonne foi des producteurs dans l'usage qui en

[404] Pour rappel, afin de permettre d'assurer l'information des professionnels et des consommateurs et de garantir la protection et le contrôle de l'utilisation prévue pour les dénominations protégées, ces dernières sont inscrites dans le « registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées » tenu par la Commission européenne. Art. 11 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 104 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 33 du règlement (UE) 2019/787 et art. 21 du règlement (UE) n°251/2014.

a été fait). Soit l'AOP-IGP a existé en toute légitimité dans le passé et les effets de l'annulation ne concerneront que les productions à venir et non encore soumises à l'agrément. Ainsi, le terme « annulation » fait-il référence à un retrait de l'acte de l'enregistrement engendrant des effets rétroactifs ou à une abrogation avec des répercutions dans le temps ?

En droit public français[405] comme en droit européen, une annulation se définit comme « *un procédé radical d'anéantissement de l'acte juridique jugé illégal* »[406], avec des effets rétroactifs. Etymologiquement, le terme « anéantissement » - du verbe « anéantir » - signifie « détruire au point qu'il ne reste rien »[407] ; c'est le retour au néant, si bien qu'il remonte le cours du temps[408]. Etymologiquement, le terme « *rétroactivité* » vient du verbe latin « *retroagere* » qui se traduit comme « *agir en remontant dans le temps en arrière* ». Il désigne l'efficacité renforcée consistant pour un acte accompli ou un fait survenu à une certaine date à produire des effets à partir d'une date antérieure ; ce terme peut aussi être expliqué comme désignant le report dans le passé des effets d'un acte ou d'un fait[409]. L'annulation est *ex tunc,* avec des effets rétroactifs. Il s'agit d'une disparition rétroactive de l'acte - comme s'il n'avait jamais existé. Mais cela ne semble pas être l'objet dans le cadre de notre étude. Par ailleurs, le terme « annulation » n'est-il pas réservé exclusivement au juge? L'annulation est en principe la disparition d'un acte qui est prononcée par le juge et qui produit en principe un effet rétroactif[410] . Il est toutefois possible que la durée d'application d'un acte dépende de l'auteur dudit acte. La disparition de ce dernier peut alors intervenir soit à la date fixée dans l'acte lui-même, soit à la suite de

[405] Dans son arrêt du 15 mai 2001, la 1e chambre de la Cour de cassation française consacre expressément le principe : « *ce qui est nul est réputé n'avoir jamais existé* ». Cass. Civ. 1ère, 15 mai 2001, n°99-20.597. La 3e chambre civile de la Cour de cassation reprendra la même formule, dans son arrêt du 2 octobre 2002 : « *la nullité emporte effacement rétroactif du contrat et remise des choses en leur état antérieur* ». Cass. Civ. 3e, 2 octobre 2002, n°01-02.924, *Revue de jurisprudence de droit des affaires* 2003, n°8.

[406] BILLARD (J.-N.), *Droit du contentieux communautaire, Système et Marché intérieur*, Ellipses, « Universités Droit », Paris, 2006, 220 p.

[407] ROBERT (P.), Le Nouveau Petit Robert de la langue française, Paris, 2007, p. 93.

[408] A. Rey (dir.), Dictionnaire historique de la langue française, Dictionnaires Le Robert, 1992.

[409] CORNU (G.), *Vocabulaire juridique*, PUF, Paris, 2003, p. 773. Voir DAMBRAUSKAITE (A.), « Le principe de la rétroactivité de la nullité des actes juridiques et ses tempéraments », *Jurisprudencija*, 2007, Nr. 4(94), pp. 15-22. Voir aussi MAGNON (X.), « La modulation des effets dans le temps des décisions du juge constitutionnel », In *Annuaire international de justice constitutionnelle*, 27-2011, 2012. Juges constitutionnels et Parlements - Les effets des décisions des juridictions constitutionnelles. pp. 557-591.

[410] DUTHEIL DE LA ROCHERE (J.), « Droit au juge, accès à la justice européenne », *Pouvoirs,* vol. 96, n°1, 2001, pp. 123-141. Voir WATHELET (M.), *Contentieux européen*, Ed. Larcier, Coll. de la Faculté de droit de l'Université de Liège, 2014, 976 p.

l'abrogation ou du retrait décidé par l'auteur de l'acte [411]. L'abrogation est la disparition d'un acte juridique unilatéral uniquement pour l'avenir, il conserve ses effets passés, mais cesse d'en produire de nouveaux, effectuée par l'auteur de l'acte. Elle peut intervenir dès lors qu'elle respecte le principe de confiance légitime. A la différence de l'abrogation, le retrait est la disparition rétroactive d'un acte administratif unilatéral. L'acte initial est considéré comme n'ayant jamais existé, ses effets passés et futurs doivent alors être effacés[412].

Les règlements d'exécution de la Commission portant annulation de l'enregistrement viennent uniquement supprimer la dénomination en question du registre tenu par la Commission européenne. Il s'agit ici d'un retrait de l'AOP ou IGP dudit registre, et non d'une annulation juridiquement parlant. Les produits étiquetés sous le nom de l'AOP ou IGP ne sont alors plus protégés comme tels sur le territoire de l'Union. Par ailleurs, de nombreux termes sont utilisés pour qualifier ce retrait, ce qui entraîne une certaine confusion quant à leurs effets qu'ils pourraient produire dans le temps. Lorsqu'une annulation prend effet, l'article 12 du règlement d'exécution (UE) 2019/34 [413] pour les produits vitivinicoles ainsi que l'article 14 du règlement d'exécution (UE) n°668/2014[414] pour les produits agricoles et denrées alimentaires prévoient la suppression de la dénomination dudit registre. Il s'agira d'un effacement du registre[415] pour les vins aromatisés, et d'une annulation de l'enregistrement pour les boissons spiritueuses. Certains textes nationaux utilisent même les termes « *suppression* », « *radiation* » ou encore « *perte* ».

---

[411] BLUMANN (C.), DUBOUIS (L.), *Droit institutionnel de l'Union européenne*, LexisNexis, Paris,6e Ed, 2016.

[412] VELLEY (S.), *Droit administratif 2020/2021: Tout le cours et des conseils méthodologiques à jour des dernières réformes*, Ed. Vuibert, 2020, 360 p.

[413] Art. 12 : « *3. Lorsqu'une annulation prend effet, la Commission supprime la dénomination du registre et enregistre l'annulation*. ». L'article 23 du règlement (CE) n°607/2009 prévoyait la suppression du registre.

[414] Art. 14 : « *4. Lorsqu'une annulation prend effet, la Commission supprime la dénomination du registre concerné.* »

[415] Cons. 21 : « *Il convient que la Commission, par voie d'actes d'exécution et, eu égard à la nature particulière de ces actes, agissant sans appliquer le règlement (UE) n°182/2011, publie le document unique au Journal officiel de l'Union européenne, décide de rejeter une demande de protection d'une indication géographique sur la base de son irrecevabilité, et établisse et tienne un registre des indications géographiques protégées au titre du présent règlement, y compris l'inscription des dénominations géographiques existantes dans le registre ou leur effacement du registre.* » ; Art.25 : « *La Commission peut décider, par voie d'actes d'exécution, de sa propre initiative ou sur demande dûment motivée d'un État membre, d'un pays tiers ou d'une personne physique ou morale pouvant justifier d'un intérêt légitime, de retirer la protection accordée à une indication géographique si le respect du cahier des charges correspondant n'est plus assuré. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 34, paragraphe 2* ».

En ce qui concerne la France, l'article L 641-10 du Code rural et de la pêche maritime précise, dans un souci d'harmonisation[416], que si les autorités européennes estiment que les conditions posées par les règlements ne sont pas satisfaites et refusent le bénéfice de l'appellation d'origine protégée, alors le produit perd sa certification « AOC[417] »[418]. La reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée ne constitue qu'une étape préalable à sa reconnaissance finale en tant qu'appellation d'origine protégée. Après qu'un Etat membre a transmis une demande de protection à la Commission européenne, la protection nationale transitoire peut être octroyée jusqu'à la décision d'enregistrement de la Commission européenne[419]. En France, cette protection est automatique[420] : à travers l'AOC ou « appellation d'origine contrôlée ». Les produits vitivinicoles concernés peuvent alors faire l'objet d'un étiquetage temporaire selon les dispositions du cahier des charges homologué au niveau national[421]. Cette protection transitoire s'exerce uniquement sur le territoire national ; la décision de l'Etat membre concerné n'ayant aucune incidence sur le commerce à l'intérieur de l'Union ou le commerce international[422]. Elle réserve l'utilisation de la dénomination aux seuls opérateurs qui respectent le cahier des charges, mais ne leur accorde pas le droit d'utiliser les mentions ou symboles « AOP » et « IGP » vu que la demande est en cours d'instruction au niveau européen. Si la Commission décide de rejeter la demande d'enregistrement, le produit perd le bénéfice de la protection interne temporaire, sous peine de remettre

[416] BAHANS (J.-M.), « La réforme de l'étiquetage des vins », *Revue de droit rural*, n°378, 2009, étude 15.

[417] Pour rappel, la mention « AOC » peut être utilisée sur les étiquettes, si la protection a été accordée par la Commission européenne. En effet, selon l'article 119 du règlement (UE) n°1308/2013, les termes « AOP » et « IGP » peuvent être omis « *lorsqu'une mention traditionnelle au sens de l'article 112 point a) figure sur l'étiquette conformément au cahier des charges du produit visé à l'article 94 §2* ». La France ayant enregistré la mention « appellation d'origine contrôlée » comme mention traditionnelle (Source : ancienne base de données électronique E-Bacchus), elle peut de ce fait utiliser « appellation d'origine contrôlée » à la place d'AOP. Cela est également le cas pour de nombreux autres pays européens, notamment l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, la Hongrie.

[418] Le régime est similaire pour l'IGP. Art. L 641-11-1 du C. rur.

[419] Art. 9 al. 3 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 8 §1 du règlement délégué (UE) 2019/33 ; art. 25 §1du règlement (UE) 2019/787 et art. 13 §7 du règlement (UE) 251/2014.

[420] Voir en ce sens le guide du demandeur d'une AOP-IGP (hors secteur viticole) et le guide du demandeur d'une AOC/AOP/IGP viticole réalisés par l'INAO. Source : https://www.inao.gouv.fr/Espace-professionnel-et-outils/Produire-sous-signes-de-qualite-comment-faire/Guides-pratiques

[421] Les producteurs peuvent « *faire figurer cette appellation ou indication sur le matériel d'étiquetage et de présentation et utiliser les indications et logos nationaux, conformément au droit de l'Union et en particulier au règlement (UE) n˚1169/2011* ». Art. 22 §1 du règlement délégué (UE) 2019/33.

[422] Art. 9 al. 4 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 8 §2 du règlement délégué (UE) 2019/33 et art. 25 §4 du règlement (UE) 2019/787.

en cause le caractère uniforme de la protection prévue par le règlement[423]. La reconnaissance française de l'appellation d'origine contrôlée semble alors devenir caduque[424] et la protection nationale est présumée n'avoir jamais existé. Par conséquent, les mentions nationales ne doivent plus figurer sur les étiquettes des produits[425]. Toutefois, l'article 22 alinéa 3 du règlement délégué (UE) 2019/33 vient préciser que ces derniers pourront toujours être commercialisés jusqu'à épuisement des stocks[426]. En outre, l'Etat membre concerné devra supporter les conséquences de cette protection nationale. Autrement dit, il remboursera avec intérêt toutes les amendes perçues et dédommagera les entreprises qui, en attendant le retour de la Commission, élaboraient des produits non-conformes au cahier des charges[427]. En tout état de cause, l'ensemble des effets résultant de la protection nationale disparaît et ne vaut que pour l'avenir. Cette situation est valable en cas de refus d'enregistrement de l'AOP. Mais qu'en serait-il en cas d'annulation de l'enregistrement par la Commission européenne ? La protection européenne sera-t-elle présumée n'avoir jamais existé et les effets produits dans le passé simplement « effacés » ? La notion de « *perte* » utilisée dans l'article L 641-10 du Code rural et de la pêche maritime précité n'est pas en soi une formulation juridique et l'annulation de l'appellation semble ici aussi être automatique. Toutefois, on imagine difficilement qu'une décision d'annulation prise par la Commission européenne puisse produire un effet rétroactif. Une rétroactivité totale aurait des conséquences manifestement excessives puisque pendant la période de commercialisation, le produit mis sur le

[423] CJCE, 9 juin 1998, préc. et, sur cette affaire, voir aussi Cass. Crim., 6 février 2001, n°99-85.219 : Bull. crim., n°36 ; JCP G 2001, IV, 2106 ; JCP E 2001, 1023 ; RTD com. 2001, p. 792, obs. B. BOULOC ; PIBD 2001, n°728, III, p. 520 ; Propr. industr. 2002, comm. 37, J. SCHMIDT-SZALEWSKI. Cass. Com., 30 mai 2000, n°98-15.327 : Bull. civ., IV, n°111, la demande d'enregistrement attribue une protection nationale provisoire jusqu'à la décision relative à l'enregistrement de l'Union européenne. C.E, 21 juin 2000, *Sté Eurial Poitouraine,* req. n°212348 : « *le régime de protection transitoire accordé par un État membre n'est opposable qu'à compter de la transmission de la demande d'enregistrement aux autorités de l'Union européenne et elle cesse de plein droit au jour de la décision prise sur l'enregistrement par les autorités de l'Union européenne* ».

[424] BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole, op. cit.*

[425] La Commission européenne autorise toutefois la commercialisation de ces produits jusqu'à épuisement des stocks. Art. 22 §3 du règlement délégué (UE) 2019/33.

[426] Alors que le règlement (CE) n°607/2009 - désormais abrogé - indiquait que les vins étiquetés devaient être retirés du marché ou réétiquetés selon la réglementation européenne (art. 72 §2 du règlement (CE) n°607/2009). Selon l'article 61 du règlement délégué (UE) 2019/33 en ce qui concerne les mesures transitoires, l'article 72 du règlement (CE) n°607/2009 continue à s'appliquer pour les demandes de protection en cours à la date d'application règlement délégué (UE) 2019/33.

[427] Tout dépend de la pratique des Etats. En France, un décret est publié au JORF, puis le dossier pour la demande d'enregistrement est envoyé à la Commission européenne. La Grèce qui est un pays plus prudent prend une décision interne, et non une décision ministérielle, puis envoie le dossier à la Commission. Puis, c'est une fois que la demande est validée que le décret officiel va être publié. Cela semble ainsi relever de l'autonomie procédurale.

marché respectait les exigences du cahier des charges s'il bénéficiait de la dénomination. C'était en tout cas à l'Etat membre de s'en assurer, soit par un contrôle direct de l'autorité publique, soit par un contrôle via un organisme privé accrédité ou par délégation de la fonction. A défaut, il doit informer la Commission de tout changement de situation[428]. Il est néanmoins possible que des opérateurs aient pu être injustement sanctionnés alors qu'ils respectaient le cahier des charges[429]. Dans cette hypothèse, et à supposer qu'elle soit rétroactive, cette décision peut entraîner des répercussions économiques et des difficultés pratiques non-négligeables pour ceux qui ont vinifié, embouteillé et commercialisé sous ladite dénomination désormais annulée. Une annulation rétroactive affecterait les intérêts des opérateurs concernés en modifiant sensiblement leur situation juridique et économique en créant un préjudice par le passé et un préjudice pour l'avenir. Cette situation peut en outre entraîner un préjudice pour des tiers qui auront été lésés par la décision d'annulation que constitue le règlement : c'est par exemple le cas d'entreprises titulaires de contrats conclus et dont l'exécution est empêchée. Certains opérateurs peuvent conclure des contrats de fourniture de bouteilles avec des clients distributeurs et auraient ainsi tout intérêt à demander une période transitoire au risque d'être poursuivi par ces derniers (rupture brutale, interdiction de vendre lesdits produits déjà élaborés sous leurs propres marques MDD n'étant plus autorisé à faire usage de la dénomination[430], écoulement des stocks de bouteilles déjà étiquetées, etc.). En tout état de cause, la rétroactivité entraînera une perturbation de la vie juridique, qui est, de manière générale, génératrice de contentieux[431]. On peut alors être tenté de croire dans le cas d'une annulation de l'enregistrement d'une AOP ou

[428] Mais l'obligation imposée par les règlements de l'Union européenne relatifs aux AOP et IGP d'informer expressément la Commission européenne des plans de contrôle officiel et des résultats afférents dans des parties distinctes du plan de contrôle national pluriannuel (PCNP) et des rapports annuels correspondants sur la sécurité des denrées alimentaires et des aliments pour animaux, au titre du règlement (CE) n°882/2004 (aujourd'hui règlement (UE) n°2017/625), n'est pas toujours intégralement respectée par le Etats membres. EUIPO, « Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States », préc.

[429] Exemple cité précédemment d'un opérateur isolé ne respectant pas les conditions fixées au cahier des charges et représentant une part majoritaire de la production de l'appellation d'origine protégée.

[430] Lorsque les parties concluent un contrat de vente qui porte sur un produit bénéficiant d'une AOP ou IGP, le contrat doit être considéré comme nul ou caduc si le produit concerné perd sa qualification. Tout dépend si le produit a perdu sa qualification à la conclusion du contrat ou à son exécution. BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole, op. cit,* p. 306.

[431] HERON (J.), *Principes du droit transitoire*, Dalloz-Sirey, Coll. Philosophie et théorie générale du droit, 1996, p. 71.

IGP, qu'il s'agit plus d'une forme de caducité[432] de l'acte juridique plutôt que d'un acte d'annulation à proprement parler.

B. Les effets de la décision d'annulation au niveau national

Par définition, l'annulation d'un acte de l'Union emporte un effet rétroactif, autrement dit l'acte est normalement réputé n'avoir jamais existé et les parties doivent être remises en l'état[433]. Mais comme nous l'avons vu précédemment, la décision d'annulation ne semble produire aucun effet rétroactif. Les règlements d'exécution de la Commission portant annulation de l'enregistrement d'une indication géographique viennent supprimer la dénomination concernée du registre tenu par la Commission européenne. Ils entrent en vigueur à compter du vingtième jour suivant la date de la publication du règlement au JOUE et précisent qu'ils sont obligatoires dans tous leurs éléments et directement applicables dans tout État membre[434]. Autrement dit, tous les pays de l'Union européenne doivent obligatoirement le mettre en œuvre dans toutes leurs dispositions de manière immédiate et directe, sans nécessiter qu'il soit transcrit ou transposé dans le droit national. Ainsi, l'annulation sera-t-elle automatique au niveau national ? ou l'acte illégal devra-t-il être abrogé, la décision d'annulation ne devant pas non plus produire d'effet rétroactif ? Il est difficile de savoir si le décret homologuant le cahier des charges d'une dénomination supprimée doit être abrogé au niveau national, la France n'ayant jamais été confrontée à cette question. Des éléments de réponse semblent toutefois pouvoir être apportés notamment dans l'étude de la disparition d'une appellation d'origine au niveau national qu'est l'appellation Néac. Cette appellation est d'ailleurs l'une des seules à avoir disparu. Les Néacais ont cessé de revendiquer ce nom géographique pour des raisons économiques. Dans les années 1950, la commune *Néac* avait

[432] En droit civil, « *un acte juridique est caduc, de plein droit et sans rétroactivité lorsque, pleinement valable à sa formation et avant qu'il ait pu produire ses effets juridiques, il est privé d'un élément essentiel à sa validité par la survenance d'un évènement postérieur à sa formation et indépendant de la volonté de son auteur* ». Définition donnée par Y. BUFFELAN-LANORE : *Essai sur la notion de caducité des actes juridiques en droit civil,* Coll. Bibliothèque de droit privé », t. XVIII, Paris, JGDJ, 1963, p. 161. Selon les termes de l'article 1187 du Code civil, elle met simplement fin au contrat, n'est pas rétroactive et n'opère que pour l'avenir.

[433] Pour des raisons touchant à l'application uniforme du droit communautaire et à la sécurité juridique, l'ensemble des juridictions nationales doit cesser d'appliquer l'acte illégal. CJCE, 13 mai 1981, *SpA International Chemical Corporation*, aff. 66/80 (ECLI:EU:C:1981:102), pt 18 : « *Constitue une raison suffisante pour tout autre juge de considérer cet acte comme non valide pour les besoins d'une décision qu'il doit rendre* ».

[434] Art. 288 TFUE. Voir MEGRET (J.), « La spécificité du droit communautaire », in *Revue internationale de droit comparé*, Vol. 19, n°3, Juillet-Septembre 1967. pp. 565-577.

même été intégrée dans l'appellation *Lalande-de-Pomerol*. Mais c'est à la suite du règlement d'exécution n°172/2013 que l'AOC *Néac* a été supprimée et retirée du registre, faute de revendication de la part des viticulteurs. Cette AOC n'a pas été supprimé dans le cadre d'une procédure administrative d'annulation telle que prévue par les règlements européens, mais dans le cadre d'une procédure transitoire où la Commission devait se prononcer sur l'avenir de certaines dénominations existantes. Historiquement, l'AOC *Néac* est créée en même temps que celle de *Lalande-de-Pomerol*, soit le Le 8 décembre 1936. L'appellation *Néac* est limitée à l'époque à la commune de *Néac*[435]. Le décret du 2 septembre 1954 vient rattacher la commune de *Néac* à l'appellation d'origine *Lalande-de-Pomerol* [436] . Mais l'appellation *Néac* subsistait, laissant ainsi les viticulteurs de l'appellation choisir individuellement de revendiquer soit *Néac*, soit *Lalande-de-Pomerol*. Cette option s'est maintenue dans le temps puisque l'idée était de pouvoir encore revendiquer cette appellation bien qu'aucun viticulteur ne souhaitait le faire pour des raisons économiques. En 2008, la question de l'avenir de l'appellation s'est posée. Le décret n°2008-668 du 2 juillet 2008 relatif aux cahiers des charges des AOC a fixé la date d'échéance réglementaire d'aboutissement des travaux de consolidation des cahiers des charges d'un vin, d'une eau-de-vie ou d'un produit cidricole bénéficiant d'une AOC au 30 juin 2009[437]. Il s'agissait du délai pour transformer les décrets en cahiers des charges. Toutefois aucun ODG n'a été constitué et aucun cahier des charges déterminant l'ensemble des conditions de production ou plan de contrôle n'a été élaboré et présenté à l'INAO[438]. Les producteurs ne l'ayant pas transféré à l'INAO, le décret relatif à l'appellation n'a par conséquent pas pu être révisé. Faute de revendication de la part des viticulteurs, la Commission européenne l'a alors retiré du registre des indications géographiques. Le décret relatif à l'AOC *Néac* existe toujours dans l'absolu mais il semble être caduc depuis le 1er juillet 2010. Le nom géographique n'est par conséquent plus protégé, autrement dit les viticulteurs ne peuvent plus

[435] Décret du 8 décembre 1936 relatif à la définition de l'appellation contrôlée Néac.

[436] La dernière révision du décret d'appellation *Néac* date du 15 décembre 1994 mais n'a aucune incidence puisqu'elle concerne uniquement la délimitation de la parcelle. Il s'agit d'une réactualisation.

[437] Art. 1 du décret n°2008-668 du 2 juillet 2008 relatif aux cahiers des charges des appellations d'origine contrôlées : « *Sauf disposition particulière prévue par le cahier des charges d'un vin, d'une eau-de-vie ou d'un produit cidricole bénéficiant d'une appellation d'origine contrôlée et au plus tard jusqu'au 30 juin 2009, les obligations déclaratives et de tenue de registre permettant le contrôle des appellations d'origine contrôlées relevant de ces secteurs autres que celles prévues par la réglementation communautaire, les principaux points à contrôler et leurs méthodes d'évaluation sont ceux approuvés par le comité national des vins, eaux-de-vie et autres boissons alcoolisées de l'Institut national de l'origine et de la qualité en sa séance du 29 mai 2008 (1)* ».

[438] Art. R 641-11 du C. rur.

revendiquer le nom *Néac*[439]*[440]*. Toutefois, si l'annulation n'est pas automatique au niveau national, l'acte illégal pourra toujours être abrogé[441] dans le cadre d'une procédure contentieuse. Un avis au JORF sera ensuite publié pour asseoir l'annulation de l'appellation. D'ailleurs, à titre d'illustration, l'avis relatif à l'ouverture d'une procédure nationale d'opposition pour la demande d'annulation de l'AOC « Sainte-Foy-Bordeaux »[442] précise qu'au niveau national, cette demande déposée par le Syndicat viticole des vins de Sainte-Foy-Bordeaux auprès de l'INAO, sur le fondement de l'article 106 du règlement (UE) n°1308/2013, implique l'abrogation du décret d'homologation du cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « Sainte-Foy-Bordeaux ». Il ne semble toutefois pas y avoir besoin d'arrêté d'abrogation. Des conséquences peuvent aussi être tirées des décisions d'annulation prononcées par le Conseil d'Etat des décrets modifiant les décrets d'homologation eux-mêmes[443]. *A priori*, lorsqu'une appellation est annulée au niveau national, un avis publié au JORF semble suffire pour indiquer que le Conseil d'Etat a annulé ladite appellation d'origine. Mais en toute logique, l'acte cesse de produire des effets dès lors qu'il ne remplit plus les conditions de fond susvisées pour bénéficier de l'AOP et devient ainsi contraire au droit de l'Union européenne.

Une fois prononcée au niveau européen, l'annulation d'une AOP ou IGP peut entraîner des répercussions tant juridiques qu'économiques pour des particuliers ou

---

[439] Sauf si le cahier des charges de Lalande-de-Pomerol l'autorise. Art. 120 du règlement (UE) n°1308/2013.

[440] Le cahier des charges de *Lalande-de-Pomerol* autorise les viticulteurs à produire de *Lalande-de-Pomerol* sur la commune de *Néac* mais ne précise pas si les vins produits sur la commune de *Néac* sont exclusivement des *Lalande-de-Pomerol*. Par conséquent, si un groupement de producteurs (art. 95 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 2 du règlement (CE) n°607/2009) de la commune de *Néac* souhaite aujourd'hui revendiquer le nom géographique *Néac*, il le pourra et devra se constituer en ODG pour porter la demande de reconnaissance en appellation d'origine contrôlée auprès de l'INAO. Il devra présenter et motiver sa demande nonobstant l'existence du décret. Toutefois, au regard des conditions d'intégration dans le décret de 1954 et de l'absence d'usage de production depuis plus de 50 ans, les producteurs situés sur la commune de *Néac* ont tout intérêt à montrer que leur production est exclusivement issue de l'aire originelle de *Lalande-de-Pomerol*. Le terme *Pomerol*, porteur commercialement, limite en effet la velléité de produire du vin *Néac*. Si le terme *Néac-Pomerol* avait été autorisé dans les années 1930, la situation serait certainement différente.

[441] C.E. Ass., 3 février 1989, *Compagnie Alitalia,* n°74052.

[442] Avis relatif à l'ouverture d'une procédure nationale d'opposition pour la demande d'annulation de l'appellation d'origine contrôlée « Sainte-Foy-Bordeaux », JORF n°0146 du 24 juin 2016, texte n°115.

[443] A titre d'illustration, par décision du 30 mars 2009, le Conseil d'Etat décide que le décret du 21 février 2007 relatif à l'appellation d'origine contrôlée Chaume est annulé. C.E, 30 mars 2009, n°304990 : JurisData n°2009-075203. Par décision du 27 juillet 2005, le Conseil d'Etat décide que le décret du 19 septembre 2003 relatif à l'appellation Chaume-Premier cru des Coteaux du Layon est annulé. C.E, 27 juillet 2005, n°261989, JurisData n°2005-068699 ; Revue de droit rural 2005, comm. 362, p. 28, concl. DE SILVA. Voir GEORGOPOULOS (Th.), « Les AOC entre notoriété et confusion. Le contentieux autour des vins « (Quarts de) Chaume », *Revue de droit rural*, n°381, Mars 2010, étude 5.

des entreprises au niveau national. Se pose alors la question des droits acquis[444], puisque, sans protection européenne, le nom géographique peut *a priori* être utilisé par tout le monde. Qu'en est-il pour celui qui a respecté le cahier des charges pendant la période de commercialisation et qui aujourd'hui se voit priver de l'utilisation de la dénomination annulée ? A-t-il droit à réparation du préjudice subi provoqué du fait de l'annulation ? Peut-il envisager des actions en responsabilité ? Le cas échéant, contre qui ? Qui est responsable de cette situation : l'administration qui aurait dû s'assurer du bon respect des exigences fixées au cahier des charges en désignant les autorités compétentes en matière de contrôle[445], ou les producteurs qui auraient dû mettre tout en œuvre pour éviter qu'une telle situation arrive ? En effet, pourquoi devrait-il être pénalisé sur le plan juridique et économique alors qu'il respectait les règles ? En tout état de cause, l'opérateur peut se prévaloir de ses droits[446] dans le cadre d'un recours contre un acte administratif, en invoquant les principes généraux de droit (sécurité juridique, confiance légitime, protection de la propriété[447], etc.). Toutes ces questions seront par ailleurs traitées dans la partie suivante qui concerne la mise en place de dispositions transitoires, puisque c'est le juge, qu'il soit national ou européen, qui consacre les principes généraux du droit dans l'objectif de résoudre les conflits lorsque le droit ne permet pas d'y apporter de réponses. Par cet instrument essentiel, il protégera les droits de ceux qui auront été lesés dans leurs relations avec l'administration.

---

[444] YANNAKOPOULOS (C.), *La notion de droits acquis en droit administratif français*, Thèse sous la direction de Y. GAUDEMET, Université Paris 2, 1995, 1260 p.

[445] Art. 36 et 37 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 146 du règlement (UE) n°1308/2013 et art. 38 du règlement (UE) 2019/787 et art. 22 et 23 du règlement (UE) 251/2014. (Ces autorités doivent garantir l'efficacité, l'impartialité, la qualité et la cohérence des contrôles selon le règlement (UE) n°2017/625). Certains pays ont fait le choix de déléguer le contrôle à des organismes de contrôle public ou privés, tels que le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Autriche, la Slovaquie, etc. EUIPO, *Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States*, Décembre 2017, 405 p. Disponible en ligne : https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/Enforcement_of_GIs/EUIPO_Geographical_Indications_full_report_en.pdf. En France, le respect des conditions du cahier des charges par les opérateurs économiques est contrôlé par un organisme de contrôle, soit un organisme certificateur, soit un organisme d'inspection. Art. L 642-1 et s du C. rur.

[446] « *Sinon, les affaires n'auraient point de fin, la propriété des biens resteraient incertaines, les citoyens perdraient leur liberté et leur sûreté* » : MONTESQUIEU, *De l'esprit et des lois,* Livre XXIX, Chapitre I, Ed. Gallimard, Paris, 1995.

[447] Consacrée par la CJCE le 13 décembre 1979 : CJCE, 13 décembre 1979, *Liselotte Hauer contre Land Rheinland-Pfalz*, aff. 44/79 (ECLI:EU:C:1979:290).

§2. La mise en place de dispositions transitoires

La sécurité juridique est un principe général du droit de l'Union européenne[448] selon lequel le contenu du droit doit en principe être clair, prévisible et accessible de sorte que les intéressés puissent prévoir à un degré raisonnable [449] les conséquences d'un acte déterminé au moment où ses effets juridiques commencent à se produire, afin de prendre leurs dispositions en conséquence[450]. Ce principe évoque différentes notions et différents principes[451]. Il s'impose avec rigueur lorsqu'il s'agit d'un acte susceptible de comporter, pour les intéressés, des conséquences défavorables [452], qu'elles soient financières, procédurales ou consistent en des sanctions et justifie le recours à la modulation dans le temps des effets de l'annulation. Le droit en vigueur avant la publication d'une nouvelle norme peut être maintenu dans certaines situations juridiques. Le nouveau texte peut également fixer des règles définissant un régime temporaire destiné à faciliter la transition pour les intéressés. Quelles sont ainsi les précautions qui peuvent être prises par la

[448] Les principes généraux du droit sont des *« normes supérieures de portée générale, qui constituent une source non écrite du droit, qui sont énoncées par le juge dans le cadre de l'exercice de son pouvoir prétorien et dont le juge se réserve de préciser ensuite au cas par cas le contenu exact* » : MOLINIER (J.), *Principes généraux*, Répertoire de droit européen, Dalloz, Mars 2011. Voir sur la question de son origine : SOULAS DE RUSSEL (D.), RAIMBAULT (P.), « Nature et racines du principe de sécurité juridique : une mise au point », in *Revue internationale de droit comparé*, Vol. 55, n°1, Janvier-Mars 2003. p. 85 et s.

[449] TPICE, 22 janvier 1997, *Opel Austria GmbH c/ Conseil*, aff. T-115/94 (ECLI:EU:T:1997:3), pt 14. : « *Le principe de sécurité juridique exige que la législation communautaire soit certaine et son application prévisible et que tout acte communautaire qui produit des effets juridiques soit clair, précis, et porté à la connaissance de l'intéressé de telle manière que celui-ci puisse connaître avec certitude le moment à partir duquel ledit acte existe et commence à produire des effets juridiques. Cet impératif s'impose avec une rigueur particulière lorsqu'il s'agit d'un acte susceptible de comporter des conséquences financières, afin de permettre aux intéressés de connaître avec exactitude l'étendue des obligations qu'il impose* ».

[450] CJUE, 14 avril 2005, *Belgique c/ Commission*, aff. C-110/03 (ECLI:EU:C:2005:223), pt 30.

[451] Comme le comme le souligne B. Pacteau, il implique : « *la protection contre la rétroactivité, l'assurance d'une consolidation à terme des situations juridiques individuelles même constituées illégalement, la clarté, la précision, la cohérence, donc la connaissance et non moins la publicité effective et suffisante de la règle applicable [...]* ». PACTEAU (B.), « La sécurité juridique, un principe qui nous manque ? », A.J.D.A., n° spécial, 1995, p. 155. Ou encore comme le souligne J. RIDEAU, sont rattachés au principe de sécurité juridique, le respect des délais de recours, la clarté et la prévisibilité de la législation, la non-rétroactivité des dispositions, la légalité des délits et des peines, le respect des droits acquis ou le principe de protection de la confiance légitime. RIDEAU (J.), *Ordre juridique de l'Union européenne – Sources non écrites*, JurisClasseur Europe Traité, Août 2014, fasc. 191.

[452] CJCE, 7 juin 2005, *VEMW e.a.*, aff. C-17/03 (ECLI:EU:C:2005:362), pt 80 ; CJUE, 14 janvier 2010, *Stadt Papenburg c/ Bundesrepublik Deutschland,* aff. C-226/08 (ECLI:EU:C:2010:10), pt 45 ; CJUE, 14 septembre 2010, *Akzo Nobel Chemicals Ltd et Akcros Chemicals Ltd c/ Commission,* aff. C-550/07 P (ECLI:EU:C:2010:512), pt 100 ; TUE, 9 septembre 2011, *Dow AgroSciences* e.a. c/ Commission, aff. T-475/07 (ECLI:EU:T:2011:445), pt 264 ; CJUE, 16 février 2012, *Marcello Costa e.a.,* aff. jtes C-72/10 et C-77/10 (ECLI:EU:C:2012:80), pt 74 ; CJUE, 5 juillet 2012, *Société d'investissement pour l'agriculture tropicale SA (*SIAT*) c/ État belge*, aff. C-318/10 (ECLI:EU:C:2012:415), pt 58.

Commission européenne (A) ou, dans le cadre d'une procédure contentieuse, par le juge (B) au profit de la sécurité juridique ?

A. La modulation des effets dans le temps de l'annulation par acte de la Commission européenne

Selon la réglementation européenne relative aux AOP et IGP, un délai supplémentaire peut être octroyé aux opérateurs économiques sous réserve de respecter certaines conditions. Il s'agit de périodes dites « transitoires » qui permettent de faciliter le passage du droit ancien au droit nouveau. L'objectif de ces dispositions est « *d'écarter l'effet rétroactif d'un règlement en assurant la survie du droit ancien pour certaines situations, soit d'exclure l'effet immédiat du règlement en lui conférant partiellement un effet différé* »[453]. La Commission européenne peut prévoir des dispositions transitoires. A titre d'illustration, en ce qui concerne les produits agricoles et denrées alimentaires, si la demande d'enregistrement n'aboutit pas à la suite du refus de la Commission européenne ou de l'aboutissement de l'opposition, les producteurs concernés pourront profiter d'une période transitoire pour s'adapter à cette décision. L'article 15 du règlement (UE) n°1151/2012 prévoit en effet que la Commission peut adopter des actes d'exécution[454] qui octroient une période transitoire de cinq ans maximum afin que des produits originaires d'un État membre ou d'un pays tiers et dont l'appellation est constituée ou composée d'un nom déjà enregistrée, puissent continuer à utiliser l'appellation sous laquelle ils étaient commercialisés pendant cette période transitoire, à condition qu'il soit démontré que ces produits ont été légalement commercialisés pendant au moins cinq ans précédant la date de la publication[455]. Aucun contrôle officiel ne sera

[453] TAVERNIER (P.), « Le juge communautaire et l'application dans le temps des règlements C.E.E. », in *Annuaire français de droit international*, Vol. 22, 1976. pp. 169-206.

[454] Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 57, paragraphe 2 du règlement (UE) n°1151/2012.

[455] Selon l'article 15 §2 du règlement (UE) n°1151/2012, cette période transitoire peut être étendue à quinze ans s'il y a eu une utilisation de la dénomination pendant au moins 25 ans avant le dépôt de la demande d'enregistrement auprès de la Commission européenne et s'il y a eu absence d'intention de profiter de la réputation de la dénomination et de tromperie sur l'origine du produit. Aussi, selon l'article 15 §4, l'Etat membre peut octroyer une période transitoire de 10 ans maximum à compter de la date de dépôt de la demande auprès de la Commission européenne. La finalité de cette période transitoire est de surmonter certaines difficultés temporaires liées à la réalisation de l'objectif à long terme de faire respecter le cahier des charges par tous les producteurs situés dans l'aire géographique. Selon le Guide du demandeur d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP) à l'exception des vins,

effectué pendant cette période. En ce qui concerne les produits du secteur du vin, la Commission est également habilitée à prendre des actes d'exécution en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 229, paragraphe 2 du règlement (UE) n°1308/2013. A titre d'illustration, dans le cadre d'une procédure transitoire, la Commission a supprimé dudit registre 98 indications géographiques françaises pour des vins en 2007, sans que ces dernières eussent à subir d'effet rétroactif. Selon l'article 118 *vicies* du règlement (CE) n°1234/2007, intitulé « Dénominations de vins bénéficiant actuellement d'une protection », les dénominations de vins qui bénéficiaient d'une protection au titre des articles 51 et 54 du règlement (CE) n°1493/1999 du Conseil du 17 mai 1999 portant OCM vitivinicole et de l'article 28 du règlement (CE) n°753/2002 de la Commission du 29 avril 2002 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n°1493/1999 du Conseil en ce qui concerne la désignation, la dénomination, la présentation et la protection de certains produits vitivinicoles ont été automatiquement protégées au titre du règlement (CE) n°1234/2007 et enregistrées dans le registre des AOP et IGP. Pour continuer à bénéficier de cette protection, les États membres devaient transmettre à la Commission, avant le 31 décembre 2011, les dossiers techniques et les décisions nationales d'approbation. En outre, la Commission pouvait jusqu'au 31 décembre 2014, décider, de sa propre initiative de retirer la protection accordée aux dénominations de vins protégées si elles ne remplissaient pas les conditions énoncées par la réglementation communautaire. Les dénominations de vins qui bénéficiaient d'une protection pour lesquels ces éléments n'avaient pas été transmis à la date indiquée ne devaient donc plus bénéficier d'une protection au titre dudit règlement. La liste des dénominations supprimées comptait 78 indications géographiques protégées et 20 appellations d'origine contrôlées. Nombreuses sont d'ailleurs les dénominations géographiques complémentaires à avoir été supprimées

---

boissons alcoolisées et boissons spiritueuses de l'INAO, « *Les opérateurs concernés sont soumis au système de contrôle officiel et peuvent utiliser le symbole et les mentions. Les conditions sont les suivantes : - avoir légalement commercialisé les produits : - en utilisant la dénomination concernée - de façon continue - pendant au moins les 5 années précédant la demande auprès des autorités de l'Etat Membre - que les opérateurs aient précisé ces faits lors de la procédure nationale d'opposition. Les opérateurs ont donc la possibilité, pendant la procédure nationale d'opposition, d'émettre une opposition incluant une demande de période transitoire. La commission d'enquête examine les oppositions, les pièces justificatives démontrant que l'opérateur concerné remplit les conditions susmentionnées, ainsi que l'avis de l'ODG. Elle donne son avis sur les oppositions en elles-mêmes et sur la possibilité d'octroi de période transitoire, au vu des pièces justificatives, ainsi que sur la durée demandée par les opposants. Le comité national se positionne ensuite sur l'octroi d'une période transitoire ou la demande de période transitoire* ». Disponible en ligne : www.inao.gouv.fr

en vue d'une accession dans la hiérarchie[456]. Une dénomination géographique complémentaire peut en effet accompagner une appellation régionale sous réserve du respect des conditions du cahier des charges et a parfois vocation à devenir une AOC. Elle est assimilée à une indication de provenance, autrement dit cette dénomination identifie surtout un lieu et ses conditions de production sont rarement différentes de l'appellation régionale. Toutefois, s'il se dégage dans le temps une notoriété, une spécificité et une typicité du produit, les opérateurs pourront demander l'annulation de l'appellation constituée du nom régional et du nom de la dénomination géographique complémentaire pour pouvoir accéder directement au statut d'appellation d'origine contrôlée. La situation inverse peut également se présenter[457]. En tout état de cause, il convient de noter que si l'acte annulant l'enregistrement de ces dénominations produisait des effets rétroactifs, la Commission aurait expressément visé une récolte, des stocks ou des bouteilles qui ne sont pas au terme de leur processus de production. Or, elle a précisé dans son règlement d'exécution que la suppression n'aurait *« aucune incidence sur les vins qui, avant l'entrée en vigueur du présent règlement, ont été mis sur le marché ou étiquetés avec les dénominations à supprimer* » et a autorisé leur commercialisation jusqu'à épuisement des stocks[458]. En ce qui concerne les bouteilles qui ne sont pas au terme de leur processus de production, elles ne devraient en toute logique pas être commercialisées puisqu'elles ne répondent pas à l'ensemble des exigences prévu par le cahier des charges et ne bénéficient donc pas de la dénomination. Il s'agissait toutefois d'une conséquence de la transition automatique d'une protection déjà

[456] Les vins *La Clape*, *Picpouc-de-Pinet* et *Terrasses du Larzac* étaient par exemple des dénominations géographiques au sein de l'appellation *Languedoc* et sont devenus des AOC séparées de l'appellation régionale *Languedoc.* Décret n°2015-1389 du 30 octobre 2015 modifié homologuant le cahier des charges relatif à l'appellation d'origine contrôlée La Clape ; Décret n°2013-851 du 23 septembre 2013 modifié homologuant le cahier des charges relatif à l'appellation d'origine contrôlée Picpoul-de-Pinet ; Décret n°2014-1200 du 17 octobre 2014 homologuant le cahier des charges relatif à l'appellation d'origine contrôlée Terrasses du Larzac.

[457] En Gironde, l'ensemble des appellations *Premières-Côtes-de-Blaye, Premières-Côtes-de-Bordeaux, Côtes-de-Castillon* et *Bordeaux-Côtes-de-Francs* ont par exemple intégré l'appellation *Côtes-de-Bordeaux (*cette dénomination a été supprimé par le règlement d'exécution n°172/2013). Ces appellations d'origine ont disparu en devenant des dénominations géographiques complémentaires de l'appellation *Côtes-de-Bordeaux*. Cette dernière a été créée en 2009 (Décret n°2009-1345 du 29 octobre 2009 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « Côtes de Bordeaux ») et compte désormais *Blaye-Côtes-de-Bordeaux, Cadillac-Côtes-de-Bordeaux, Castillon-Côtes-de-Bordeaux* et *Francs-Côtes-de-Bordeaux*. Une indication géographique peut également devenir une dénomination géographique complémentaire. L'indication géographique *Pyrénées-Atlantiques* est désormais une dénomination géographique complémentaire de l'indication géographique *Comté Tolosan.*

[458] Règlement d'exécution (UE) n°172/2013 de la Commission du 26 février 2013 supprimant certaines dénominations de vins du registre prévu au règlement (CE) n°1234/2007 du Conseil (JOUE L 55 du 27.2.2013, p. 20–24).

existante d'un régime réglementaire à un autre, et non une condition de cette protection[459]. En effet, dans le cadre d'une procédure d'annulation, la Commission européenne précise uniquement dans ses règlements d'exécution portant annulation de l'enregistrement d'une dénomination que le règlement « *est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout Etat membre* », sans indiquer pour autant ses effets ni pour le passé, ni pour l'avenir, alors que les mesures transitoires laisseraient le temps aux destinataires de prendre leurs dispositions pour s'y conformer ou à l'administration de mettre en place des dispositifs d'accompagnement. La Commission européenne n'a aucune obligation de prévoir des dispositions transitoires. En tout état de cause, le droit transitoire est essentiellement jurisprudentiel, car comme le souligne Paul Tavernier, « *l'auteur d'un règlement, qu'il s'agisse du Conseil ou de la Commission, ne pourra jamais prévoir tous les problèmes d'application dans le temps susceptibles de se poser* »[460]. Le recours au juge devient dès lors indispensable.

B. La modulation des effets dans le temps de l'annulation par décision du juge

Quel que soit l'acte en cause ou la procédure au titre de laquelle elle a été saisie, le juge européen a une nette tendance à moduler dans le temps les effets de ses décisions, ce qui crée ainsi un droit transitoire jurisprudentiel (1). Le juge administratif est également susceptible de moduler les effets de l'annulation, bien que cette pratique soit relativement récente en France[461] (2).

---

[459] Voir PETIT (Y.), « L'appellation d'origine protégée « Vinohradnícka oblast' Tokaj » peut être inscrite dans la base de données E-Bacchus », *Revue de droit rural,* n°425, Août 2014, comm. 170. CJUE, 13 février 2014, *Hongrie c/ Commission*, aff. C-31/13 P (ECLI:EU:C:2014:70), pt 60 : « *l'inscription litigieuse n'est pas assimilable à un retrait, la Commission ne pouvant exercer ce pouvoir qu'après la transmission par les Etats membres de dossiers techniques, contenant des cahiers des charges, et de décisions nationales d'approbation…* ». L'inscription automatique dans la base de données des AOP/IGP viticoles « E-Bacchus » ne résulte pas d'une décision de la Commission européenne fondée sur son contrôle ou une appréciation. BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.), « Droit vitivinicole - Un an de jurisprudence en droit de la vigne et du vin (2013 –2014) », *Revue de droit rural,* n°429, Janvier 2015, chron. 1.

[460] TAVERNIER (P.), « Le juge communautaire et l'application dans le temps des règlements C.E.E. », préc.

[461] C.E, 27 juillet 2001 *Titran*, n°222509 ; C.E. Ass., 11 mai 2004, *Association AC ! et autres*, n°255886 ; C.E. Ass., 25 février 2005, *France Télécom*, n°247866 ; C.E, 27 octobre 2006, *Société Techna SA et autres*, n°260767. Voir DUBOS (O.), MELLERAY (F.), « La modulation dans le temps des effets de l'annulation d'un acte administratif », *Droit Administratif n° 8/9*, Août 2004, étude 15 ; TERNEYRE (P.), De BECHILLON (D.), « Le Conseil d'État, enfin juge ! », *Pouvoirs*, vol. 123, n°4, 2007, p. 61 et s. ; HOURSON (S.), « Modulation dans le temps des effets d'une décision de rejet, Commentaire sous CE Sect., 27 octobre 2006, Société Techna SA et autres, requête numéro

1. Au niveau européen

Le juge européen a la possibilité de remédier à l'effet *ex tunc* et *erga omnes* de l'annulation des actes réglementaires [462], pour des motifs dits « de sécurité juridique ».

L'article 263, alinéa 4, du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) prévoit la possibilité d'un recours direct[463] introduit par toute personne physique ou morale contre les actes dont elle est le destinataire ou qui la concernent directement et individuellement, ainsi que contre les actes réglementaires qui la concernent directement et qui ne comportent pas de mesures d'exécution[464]. Les conditions de recevabilité étaient autrefois extrêmement sévères pour les particuliers attaquant un règlement d'enregistrement des indications géographiques avec l'application de l'article 230 TCE[465][466]. Tous les recours directs en annulation introduits par des requérants individuels à l'encontre de règlements consacrant des indications géographiques ont d'ailleurs été jugés comme irrecevables, les appellations d'origine

---

260767 : rec. p. 451 », *Revue générale du droit on line*, n°1877, 2008. Disponible en ligne : www.revuegeneraledudroit.eu/?p=1877

[462] CASSAGNABERE (H.), « Le juge du droit de l'Union et la modulation dans le temps », *Les nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel*, n°54, 2017, p. 47 et s.

[463] Art. 263 al. 6 TFUE : Le recours en annulation doit être formé dans un délai de deux mois à compter soit de la publication de l'acte, soit de sa notification au requérant, soit, à défaut, du jour où celui-ci en a eu connaissance.

[464] Autrement dit, l'acte attaqué se trouvera directement applicable dans le droit national des États membres. Il s'agira pour l'essentiel des règlements européens, par opposition aux directives qui créent des droits au profit des individus en passant par l'élaboration de mesures nationales de transposition. WATHELET (M.), WILDEMEERSCH (J.), *Contentieux européen*, Bruxelles, Ed. Larcier, 2014 ; SAURON (J.-L.), *Procédures devant les Juridictions de l'Union européenne et devant la CEDH*, Master Pro, Novembre 2010.

[465] « *toute personne physique ou morale peut former, dans les mêmes conditions [qu'un Etat membre ou une institution communautaire], un recours contre les décisions dont elle est le destinataire et contre les décisions qui, bien que prises sous l'apparence d'un règlement ou d'une décision adressée à une autre personne, la concerne directement et individuellement* ». Voir sur l'interprétation stricte de la notion de « personne directement et individuellement concernée » : CJCE, 3 mai 1978, *Gesellschaft mbH in Firma August Töpfer & Co. c/ Commission des Communautés européennes*, aff. 112/77 (ECLI:EU:C:1978:94) ; CJCE, 11 juillet 1968, *Zuckerfabrik Watenstedt GmbH c/ Conseil des Communautés européennes*, aff. 6-68 (ECLI:EU:C:1968:43) ; CJCE, 15 juillet 1963, *Plaumann & Co. c/ Commission de la Communauté économique européenne*, aff. 25/62 (ECLI:EU:C:1963:17).

[466] « *L'article 230, quatrième alinéa, CE dispose que toute personne, physique ou morale, peut former un recours contre les décisions qui, bien que prises sous l'apparence d'un règlement, la concernent directement et individuellement. Selon une jurisprudence constante, le critère de distinction entre un règlement et une décision doit être recherché dans la portée générale ou non de l'acte en question (ordonnances de la Cour du 23 novembre 1995, Asocarne/Conseil, C-10/95 P, Rec. p. I-4149, point 28, et du 24 avril 1996, CNPAAP/Conseil, C-87/95 P, Rec. p. I-2003, point 33). Un acte a une portée générale s'il s'applique à des situations déterminées objectivement et s'il produit ses effets juridiques à l'égard de catégories de personnes envisagées de manière abstraite (voir arrêt du Tribunal du 10 juillet 1996, Weber/Commission, T-482/93, Rec. p. II-609, point 55, et la jurisprudence citée).* » : TPICE, 13 décembre 2005, aff. T-381/02 (ECLI:EU:T:2005:445), pt 48.

ayant par définition un caractère général[467]. La portée individuelle de l'acte attaqué n'est désormais plus requise avec l'article 263 alinéa 4 TFUE (ex art. 230 TCE), ce qui facilite l'accès des particuliers à la justice communautaire et assure la protection de l'ensemble des droits définis dans la Charte des Droits fondamentaux. Ainsi, toute personne physique ou morale faisant état d'un intérêt légitime peut saisir le juge européen pour l'annulation d'un règlement d'enregistrement d'une AOP ou IGP, voire pour l'annulation d'un règlement d'annulation de l'enregistrement d'une AOP ou IGP. Un tel intérêt suppose que l'annulation de cet acte soit par elle-même susceptible d'avoir des conséquences juridiques et que le recours puisse ainsi, par son résultat, procurer un bénéfice à la partie qui l'a intenté[468]. Autrement dit, l'acte attaqué doit avoir une incidence sur la situation personnelle du ou des requérants qui se trouverait améliorée à la suite de l'annulation de cet acte[469]. Le Tribunal confirme cette possibilité dans son ordonnance du 10 septembre 2014[470], en précisant que

[467] Voir en ce sens RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit. ; TPICE, 11 septembre 2007, *Honig-Verband eV c/ Commission,* aff. T-35/06 (ECLI:EU:T:2007:250) : *Revue de droit rural 2008*, chron. 1, p. 21, note V. RUZEK ; TPICE, 6 juillet 2004, *Alpenhain-Camembert-Werk e.a. c/ Commission, aff.T-370/02 (*ECLI:EU:T:2004:209) *;* TPICE, 30 janvier 2001, aff. T-215/00 ; CJCE, 30 janvier 2002, aff. C-151/01 P, « *Canard à foie gras du Sud-Ouest* ». TPICE, 15 septembre 1998, *Molkerei Großbraunshain GmbH et Bene Nahrungsmittel GmbH c/ Commission,* aff.T-109/97 (ECLI:EU:T:1998:209) ; CJCE, 26 octobre 2002, *Molkerei Großbraunshain GmbH et Bene Nahrungsmittel GmbH c/ Commission*, aff. C-447/98 P (ECLI:EU:C:2000:586) (« *Alterburger Ziegenkäse* ») ; TPICE, 9 novembre 1999, aff. T-114-99; TPICE, 29 avril 1999, aff. T-78/98 (ECLI:EU:T:1999:87) (« *Toscano* ») ; TPICE, 26 mars 1999, aff. T-114/96 (ECLI:EU:T:1999:68) (« *Turrón de Jijona* » « *Turrón de Alicante* »).

[468] TUE, 7 juillet 2011, *Acetificio Marcello de Nigris Srl c/ Commission*, aff. T-351/09 (ECLI:EU:T:2011:339) : Une société productrice d'« Acetobalsamico » dont la production est localisée en Campanie, demandait l'annulation du règlement (CE) n°583/2009 enregistrant la dénomination « Acetobalsamico di Modena » en tant qu'IGP dans le registre tenu par la Commission européenne. Ce règlement précise que l'« AcetoBalsamico di Modena » peut uniquement être produit dans les provinces de Modène et de Reggio Emilia en Italie. Le recours ayant été introduit avant l'entrée en vigueur du Traité de Lisbonne, le juge en apprécie la recevabilité à l'aune de l'ancien article 230 TCE et précise que, dans la mesure où le règlement attaqué est un acte de portée générale, la requérante doit montrer qu'elle est directement et individuellement concernée par cet acte et qu'il l'atteint « *en raison de certaines qualités qui lui sont particulières ou d'une situation de fait qui la caractérise par rapport à toute autre personne et, de ce fait, l'individualise d'une manière analogue à celle dont le destinataire d'une décision le serait* » (pt 60).

[469] On peut être tenté d'imaginer que cette voie de recours habituelle puisse être utilisée par toute personne physique ou morale faisant état d'un intérêt légitime pour l'annulation d'un règlement d'enregistrement d'une AOP ou IGP suite au rejet d'une demande d'opposition à l'encontre d'une demande d'enregistrement soit dans le domaine des produits agricoles et denrées alimentaires, soit dans le domaine des produits vitivinicoles, soit dans le domaine des spiritueux. RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit ; CHALTIEL (F.), « La protection de l'identité des produits en Europe - À propos des règlements européens de 2006 », *Contrats Concurrence Consommation n°7*, Juillet 2006, étude 16.

[470] TUE, 10 septembre 2014, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission*, préc. Pour rappel, en l'espèce, la requérante, l'association centrale des artisans boulangers allemands, avait introduit le 4 juillet 2013 un recours en annulation auprès du Tribunal contre la prétendue décision de la Commission contenue dans la lettre en date du 8 avril 2013 du directeur général de la direction générale « Agriculture et développement rural » de la Commission, selon laquelle la demande d'annulation de la requérante de

« *seule la décision d'exécution adoptée par la Commission au cours d'instance est susceptible de produire des effets juridiques de nature à affecter les intérêts du requérant et, partant, de faire l'objet d'un recours en annulation en vertu de l'article 263 TFUE* ». Le règlement pris par la Commission peut ainsi faire l'objet d'un recours devant les instances européennes pour méconnaissance des principes généraux du droit, tels que le principe de sécurité juridique[471]. L'article 264 TFUE prévoit que « *si le recours est fondé, la Cour de justice de l'Union européenne déclare nul et non avenu l'acte contesté. Toutefois, la Cour indique, si elle l'estime nécessaire, ceux des effets de l'acte annulé qui doivent être considérés comme définitifs* ». Certaines situations rendent parfois la nullité impossible pour illégalité de l'acte attaqué ou ne peuvent aboutir à un résultat concret ou utile, et exigent par conséquent l'adoption de mesures particulières en lieu et place d'une déclaration de nullité[472]. Ainsi, sur le fondement de l'article 265 TFUE, le juge européen peut décider d'office des effets dans le temps. Dans le cas d'une annulation de l'acte attaqué, il peut préserver les effets du passé en atténuant l'effet rétroactif de l'annulation qu'il prononce au regard de l'objet de l'acte attaqué dans un souci de sécurité juridique, mais aussi pour l'avenir afin de préserver les droits acquis, faire droit aux impératifs de la sécurité juridique et assurer la continuité juridique, notamment lorsque les conséquences d'une telle remise en l'état seraient excessives[473]. Ces conséquences peuvent en effet être jugées excessives[474], au vu des effets que l'acte annulé a entraînés et des situations qui se sont constituées lorsqu'il était en vigueur[475]. Dans le cas d'un rejet de la demande d'annulation de l'acte attaqué, il peut préserver les effets du passé en atténuant l'effet rétroactif de l'acte attaqué, si tant est qu'il y ait un effet rétroactif. La sécurité juridique peut également justifier la limitation dans le temps des effets de

---

l'enregistrement de l'IGP « *Kołocz śląski* » ou « *Kołacz śląski* » était irrecevable. Voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 1 - §2 – B – 2.

[471] Art. 263 al. 2 TFUE : « *La cour est compétente pour se prononcer sur les recours pour […] violation des traités ou de toute règle de droit relative à leur application […] ».* Cette violation peut être établie en cas de non-respect des principes généraux du droit. L'exigence de sécurité juridique peut justifier le maintien de certains effets du règlement annulé. CJCE, 5 juin 1973, *Commission c/ Conseil*, aff. 81/72 (ECLI:EU:C:1973:60), Recueil de jurisprudence 1973 -00575.

[472] SIMON (D.), MARIATTE (F.), RITLENG (D.), *Contentieux de l'Union européenne : Annulation, exception d'illégalité*, Broché, 2011, 390 p.

[473] Sur la question des éléments d'appréciation du caractère manifestement excessif de la rétroactivité de l'annulation, voir BEZZINA (C.), « 2004-2014 : les dix ans de la jurisprudence AC ! »*, Revue française de droit administratif*, Dalloz, 2014, pp. 735.

[474] Le caractère excessif des atteintes (nullement défini) aux intérêts publics ou privés en cause rend nécessaire des mesures transitoires. C.E. Ass., 24 mars 2006, *KPMG et a.*, n°288460.

[475] La référence à une perturbation « excessive » des relations contractuelles avait déjà été utilisée au soutien de la consécration officielle du principe de sécurité juridique, dans l'arrêt du 24 mars 2006, Société KPMG, préc.

l'acte attaqué pour l'avenir. Il demeure néanmoins que les demandes des parties en ce sens doivent être justifiées et motivées[476].

La jurisprudence fait aussi le lien entre la sécurité juridique et la confiance légitime dans l'administration qui sont souvent reconnues comme « un principe de bonne administration »[477]. Le principe de la protection de la confiance légitime est une création de la jurisprudence européenne. Il impose aux administrations européennes et nationales de respecter la confiance des individus ou entreprises[478] « *quand elles ont fait naître dans leur chef des espérances fondées* »[479]*.* Le principe de confiance légitime protège les administrés contre la modification avec effet immédiat et sans avertissement préalable des réglementations existantes en obligeant les autorités à édicter des mesures transitoires afin que ces derniers puissent adapter leur comportement[480]. L'objectif est d'atténuer les effets de « changements brutaux de réglementation, à l'aune de la perception qu'en auront ses destinataires, notamment dans des domaines où des considérations financières sont en jeu »[481]. Ce principe peut par exemple s'appliquer dans le cas où un tiers attaque en justice l'opérateur de la demande d'annulation pour la vente d'un produit alors que l'appellation était indue et que le requérant-opérateur était de bonne foi ou dans le cas où l'opérateur a investi une certaine somme d'argent et que les amortissements de ses investissements se font sur plusieurs années, provoquant ainsi un préjudice financier. Quid par exemple de la conclusion de contrats de vente

[476] CJCE, 28 mai 1998, *Parlement c/ Conseil*, aff. C-22/96 (ECLI:EU:C:1998:258) ; CJCE, 18 juin 2002, *Pays-Bas c/ Commission*, aff. C-314/99 (ECLI:EU:C:2002:378).

[477] BOUVIER (Ph.), BORN (R.), CUVELIER (B.) PIRET (F.), *Eléments de droit administratif*, Bruxelles, Larcier 2e Ed., 2013, n°44.

[478] Ce principe a « *pour objet de protéger la confiance que les destinataires des règles ou de décisions de l'État sont normalement en droit d'avoir dans la stabilité, du moins pendant un certain temps, des situations établies sur la base de ces règles ou de ces décisions* » : FROMONT (M.), « Le principe de sécurité juridique », *A.J.D.A.* 1996, p. 176.

[479] TPICE, 30 septembre 1998, *Isabelle Adine-Blanc c/ Commission,* aff. T-43/97 (ECLI:EU:T:1998:231). Voir sur la notion d'espérances fondées : EL HERFI (R.), « Les principes de confiance légitime et de sécurité juridique en droit européen. Interprétation et portée en droit de l'Union européenne et en droit de la Convention européenne des droits de l'Homme », *Service de documentation, des études et du rapport de la Cour de cassation, Bureau du droit européen*, 27 octobre 2015.

[480] CJCE, 11 juillet 2002, *Marks & Spencer plc c/ Commissioners of Customs & Excise*, aff. C-62/00 (ECLI:EU:C:2002:435) ; CJCE, 24 septembre 2002, *Grundig Italiana SpA c/ Ministero delle Finanze*, C-255/00 (ECLI:EU:C:2002:525).

[481] LAVERGNE (B.), « Titre second. Une réception perturbatrice de l'ordre juridique », in *Recherche sur la soft law en droit public français,* Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, 2013, pp. 443-528.

en primeur[482] ? Le contrat de vente en primeur se base en effet sur une attente de profit ou sur une valeur ajoutée présumée, si bien qu'une annulation d'AOP pourrait prendre la forme de véritables imbroglios juridiques - la valeur ajoutée étant remise en cause. On peut par ailleurs légitimement faire un parallèle avec la décision d'annulation de l'arrêté du 12 décembre 2006 portant homologation du classement des crus de l'AOC « Saint-Émilion grand cru »[483]. En l'espèce, le juge administratif avait d'ailleurs annulé le classement, sans procéder à une modulation dans le temps des effets de l'annulation dudit décret, alors que le C.E avait bien souligné l'intérêt général lié à la non-suspension de l'arrêté de classement[484]. En tout état de cause, il s'agira ici d'un problème récurrent dès lors qu'une AOP ou IGP sera remise en cause, mais cela ne devrait pas les priver les tiers lésés d'introduire un recours au vu des préjudices éventuels causés par ladite décision.

2. Au niveau national

Le juge administratif a la faculté de moduler dans le temps les effets d'une décision juridictionnelle[485], si les effets de cette dernière portent atteinte au principe de sécurité juridique[486]. La reconnaissance du principe de sécurité juridique s'est opérée sous l'influence européenne dans les années 1990[487], notamment au travers

[482] A Bordeaux, les grands crus classés et assimilés (5% à 10% de la production bordelaise) sont mis en vente alors que les vins ne sont pas encore « définitifs » ; ils doivent encore être élevés 18 mois en barriques dans les chais des châteaux. Cette pratique, qui existe à Bordeaux depuis plus de deux siècles, s'appelle la « vente en primeur ». Elle s'effectue du château vers le négociant, qui revendra ensuite aux particuliers ou à d'autres distributeurs comme les sites Internet marchands. Définition de La Revue des Vins de France disponible en ligne : www.larvf.com. Sur la question des investissements sur les Grands crus de Bordeaux, voir NAUGES (C.), HADJ ALI (H.), « Vente en primeur et investissement : une étude sur les grands crus de Bordeaux », in *Économie & prévision*, n°159, 2003-3, pp. 93-103.

[483] TA Bordeaux, 1er juillet 2008 , SCV Robert Giraud et autres, n°0701082.

[484] « *Cet intérêt général aurait dû interpeller le juge bordelais afin qu'il accorde une dérogation « à titre exceptionnel au principe de l'effet rétroactif des annulations contentieuses et que l'annulation ne (prenne) effet qu'à une date ultérieure que (le juge) détermine* » : GEORGOPOUOS (Th.), « L'annulation du classement des vins « Saint-Émilion grand cru », *La Semaine Juridique Administrations et Collectivités territoriales n° 1-2*, 5 Janvier 2009, 2000.

[485] La modulation des effets dans le temps est bien ancrée en droit français. MAMOUDY (O.), *La modulation dans le temps des effets des décisions de justice en droit français*, Thèse sous la direction de P. CASSIA, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013.

[486] Le juge administratif a pendant longtemps refusé de faire de la sécurité juridique un principe général du droit dans l'ordre interne**.** BOISSARD (S.), « Comment garantir la stabilité des situations juridiques individuelles sans priver l'autorité administrative de tous moyens d'action et sans transiger sur le respect du principe de légalité ? Le difficile dilemme du juge administratif », *Cahiers du Conseil constitutionnel*, n°11 (Dossier : Le principe de sécurité juridique), Décembre 2001.

[487] Dans sa décision en date du 16 décembre 1999 relative à la codification par ordonnance, le Conseil constitutionnel reconnaît une valeur constitutionnelle à l'objectif « d'accessibilité et d'intelligibilité de la loi »

la confiance légitime[488]. Mais le principe a surtout été consacré le 24 mars 2006 par le Conseil d'Etat dans son arrêt « Société KPMG »[489], en vue d'apporter des garanties supplémentaires aux administrés. Ainsi, en cas de vide juridique, le Conseil d'Etat pourra toujours invoquer le principe de sécurité juridique à son avantage, dans l'exercice de ses pouvoirs dans le champ d'application du droit de l'Union et ainsi moduler dans le temps l'entrée en application de la décision en cause par des mesures transitoires. Il peut neutraliser la rétroactivité d'une décision juridictionnelle. Par conséquent, s'il l'estime nécessaire, le Conseil d'Etat peut décider de la mise en place d'une procédure transitoire[490] d'une durée suffisante pour les producteurs qui seront contraints par la décision de modification d'un décret d'homologation ou d'annulation de décrets modifiant ces premiers décrets d'homologation. Le Conseil d'Etat avait d'ailleurs fait remarquer que la réservation d'une dénomination aux seuls produits originaires de l'aire est génératrice « *d'un préjudice spécial et anormalement*

(Cons. 13 de la décision n°99-421 DC du 16 décembre 1999 relative à la loi portant habilitation du gouvernement à procéder, par ordonnances, à l'adoption de la partie législative à certains codes du Conseil constitutionnel, JO 22 décembre 1999, p. 19041, Recueil, p. 136.) et réaffirme le principe de sécurité juridique dans une décision du 29 décembre 2005 (Conseil constitutionnel, Décision n°2005-530 DC du 29 décembre 2005, JORF n°304 du 31 décembre 2005, p. 20705). En outre, le Conseil constitutionnel précise que la rétroactivité est en théorie contraire au principe de la sécurité juridique sauf si elle est justifiée par un motif général suffisant au regard de l'atteinte portée à la situation des contribuables. Cons. 5 de la décision n°98-404 DC du 18 décembre 1998, JO 27 décembre 1998, p. 19663 : « *(…) si le législateur a la faculté d'adopter des dispositions fiscales rétroactives, il ne peut le faire qu'en considération d'un motif d'intérêt général suffisant et sous réserve de ne pas priver de garanties légales des exigences constitutionnelles* ». Voir DALIL (B.), Le droit administratif face au principe de la sécurité juridique, Thèse sous la direction de BRUNET (P.), Université de Paris-Ouest Nanterre la Défense, 2015.

[488] IL (L.), « Le principe de confiance légitime serait-il entré en droit public interne ? », *Les petites affiches*, n°123, 2017, p. 6 et s.

[489] Le juge a indiqué que « *à défaut de toute disposition transitoire [...], les exigences et interdictions qui résultent du code apporteraient, dans les relations contractuelles légalement instituées avant son intervention, des perturbations qui, du fait de leur caractère excessif au regard de l'objectif poursuivi, sont contraires au principe de sécurité juridique* ». C.E. Ass., 24 mars 2006, n°288460, *KPMG et a.* : JurisData n°2006-069857 ; Rec. C.E 2006, p. 154, concl. Y. AGUILA. Voir aussi CASSIA (P.), « *La sécurité juridique, un « nouveau » principe général du droit aux multiples facettes* », *Recueil Dalloz*, 2006, p. 1190.

[490] La CJCE a consacré la sécurité juridique dans son arrêt *Bosch* du 6 avril 1962 (*Kledingverkoopbedrijf de Geus en Uitdenbogerd c/ Robert Bosch GmbH et Maatschappij tot voortzetting van de zaken der Firma Willem van Rijn*, aff. 13-61, ECLI:EU:C:1962:11), puis a renforcé ce principe dans un arrêt du 14 juillet 1972, *Imperial Chemical Industries Ltd. c/ Commission des Communautés européennes*, aff. 48-69 (ECLI:EU:C:1972:70) et un arrêt du 5 mai 1981, *Firma Anton Dürbeck c/ Hauptzollamt Frankfurt am Main-Flughafen*, aff. 112/80 (ECLI:EU:C:1981:94). Aussi, la CEDH a pu appliquer la sécurité juridique dans un arrêt Sunday Times c/ Royaume-Uni du 26 avril 1979 (n°6538/74) et dans l'arrêt Hentrich c/ France du 22 septembre 1994, n°13616/88, en exigeant précision et prévisibilité de la loi.

grave »[491]. Dans une étude, M. Denis Rochard ira même plus loin en estimant que ce préjudice devrait ouvrir droit à une indemnité financière[492].

Section 2. Les effets sur le nom géographique

Outre la question du droit transitoire, la perte de la protection soulève la question de ses effets sur le nom géographique. Il n'y a aucune précision quant à la possibilité pour les producteurs de continuer à utiliser le nom géographique tant réputé à la suite d'un retrait de la dénomination du registre, alors que pour la plupart, ce nom est intégré à des noms de marques ou autres désignations commerciales. En effet, les producteurs bénéficiant d'une AOP ou IGP peuvent en principe inclure le nom d'appellation dans leurs marques, sous réserve de respecter certaines conditions posées à la fois par le droit interne, les textes européens et enfin les conventions internationales. *A contrario*, les producteurs élaborant des vins dans une zone AOP ou IGP sans respecter le cahier des charges y afférent, ne le peuvent pas[493] (même s'ils mentionnent l'origine géographique attendue). Mais que se passerait-il si le nom géographique n'était plus protégé ? Est-il possible d'incorporer valablement le nom d'appellation ou d'indication géographique protégée dans une marque, dès lors que la dénomination est retirée du registre tenu par la Commission européenne ? Ces questions sont légitimes notamment en ce qui concerne le secteur du vin, puisque le lien entre le produit et le terroir dont il est issu est relativement fort que ce soit pour le producteur ou le consommateur[494]. La revendication du lieu d'origine revêt bien souvent « *une importance substantielle sur le plan commercial et participe largement à l'identification et au choix par le*

[491] « *Etre privé de l'accès à une AOC ou à une IGP, c'est être écarté du marché de produits qui satisfont les demandes immatérielles actuelles des consommateurs* » : DEBRINCAT (M.), « Analyse de décisions récentes du Conseil d'Etat sur l'application du règlement AOP/IGP », *Revue de droit rural 2001*, p. 23.

[492] ROCHARD (D.), « Retour vers les origines…géographiques », *Revue de droit rural*, n°5, Mai 2005, étude 6.

[493] *A*rt. 103 §2 du règlement n°1308/2013. La réglementation européenne prévoit la protection des dénominations protégées *« contre toute utilisation commerciale directe ou indirecte pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges lié à la dénomination protégée »*.

[494] COLLET-PARIZOT (A.), « Vin et terroir(s) : une identité entre mythe et réalité », in *Revue ¿ Interrogations ?, Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés*, n°29, Décembre 2019. Sur la question de la perception du terroir sur des fromages : ZINDY (P.), HALAWANY-DARSON (R.), HAUWUY (A.), « Perception et attitude des consommateurs vis-à-vis des produits de terroir : implications pour les fromages », in *INRA Productions Animales*, Paris, 2017, 30 (3), pp. 229-240.

consommateur »[495]. Il n'est pas ici question de revenir en détail sur les conditions à respecter pour déposer une marque géographique mais plutôt de savoir dans quelle mesure les producteurs qui cherchent à s'affranchir du système traditionnel des AOP et IGP, peuvent utiliser le nom géographique devenu au fil des années le nom de leur produit. Une fois l'AOP ou IGP retirée du registre tenu par la Commission européenne, on pourrait être tenté de croire que le nom géographique devient « libre ». Or, le règlement (UE) n°1308/2013 du 17 décembre 2013 portant OCM des produits agricoles [496] fixe une série de règles strictes applicables en matière d'étiquetage des vins, ce qui ne rend pas la chose aisée pour les producteurs (§1). Aussi, on pourrait être tenté de croire que le nom géographique, qui constituait l'AOP ou IGP, puisse être protégé sur une base alternative nationale, notamment en France sous le terme « AOC », mais la situation s'avère là aussi plus bien plus complexe dans les faits (§2).

§1. L'indisponibilité du nom géographique supprimé du registre des AOP et IGP

L'utilisation d'une indication d'origine ou de provenance[497] est possible dès lors qu'elle n'est pas susceptible d'induire le consommateur en erreur sur les caractéristiques du produit, de détourner ou d'affaiblir la notoriété d'une AOP ou IGP ou de porter atteinte, notamment par l'utilisation abusive d'une mention géographique dans une dénomination de vente, au caractère spécifique de la protection réservée aux AOP et IGP[498]. En ce qui concerne les produits ne bénéficiant pas d'une AOP ou IGP, l'utilisation d'une indication d'origine ou de provenance doit s'accompagner d'une information sur la nature de l'opération liée à cette indication, nécessaire à la bonne information du consommateur. Toutefois, cette utilisation semble interdite pour les produits vitivinicoles. En effet, un vin produit sur le territoire national français se

[495] BARTHE (F.), « Marque vinicole et revendication d'origine géographique », *Revue de droit rural,* n°387, Novembre 2010, comm. 121.

[496] Le règlement (UE) n°1308/2013 a abrogé et remplacé le règlement (CE) n°1234/2007.

[497] Bien qu'elle ne soit conférée par aucun texte contrairement aux AOP et IGP, l'indication de provenance repose sur la relation particulière qui s'est établie dans l'esprit du public puis confortée avec le temps entre un lieu géographique et un produit. L'indication de provenance donne des informations sur l'origine géographique du produit et n'implique pas que le produit ait une qualité, une notoriété ou des caractères particuliers dus essentiellement à son lieu d'origine, contrairement aux indications géographiques. DURRANDE (S.), « La boussole et la boule de cristal – Quelques observations sur le choix d'un nom géographique comme marque », *Droits de propriété intellectuelle. Mélanges Liber Amicorum Georges Bonet*, Litec, 2010, pp. 70-85.

[498] Art. L 643-2 al. 1, 2 et 3 du C. rur.

situera presque toujours dans une zone AOP/IGP [499] et utilisera de fait une provenance géographique plus restreinte ou plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine qui fait l'objet d'une réglementation bien spécifique (A). Alors que le nom géographique semble réservé aux seuls vins bénéficiant d'une dénomination enregistrée, la réglementation européenne prévoit [500] toutefois la possibilité d'utiliser et de renouveler une marque contenant ou consistant en un nom géographique enregistré même si elle ne respecte pas le cahier des charges du produit concerné. De nombreuses conditions sont toutefois à respecter, ce qui pourrait constituer des restrictions à l'usage du droit de propriété conféré à la marque (B).

A. Les conditions d'utilisation du nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone d'AOP ou IGP

La réglementation quant à l'utilisation du nom géographique est très stricte quand ce dernier représente une zone géographique enregistrée. L'article 119 du règlement (UE) n°1308/2013 dispose que, pour les vins bénéficiant d'une AOP ou IGP, la désignation figurant sur l'étiquetage doit obligatoirement comporter l'indication du nom de la zone géographique dont provient le vin. Mais qu'en est-il de l'utilisation du nom géographique pour un vin ne bénéficiant pas d'une AOP ou IGP produit hors ou dans une zone AOP ou IGP ? Un opérateur peut, en effet, produire des vins dans trois cas de figure : dans une zone dont le nom géographique a fait l'objet d'un enregistrement national ou européen ; dans une zone dont le nom géographique n'a jamais fait l'objet d'un enregistrement ; ou dans une zone dont l'enregistrement du nom géographique a fait l'objet d'une annulation. Il semblerait que des éléments de réponse se trouvent dans l'interprétation faite par les autorités publiques de l'article 120 du règlement (UE) n°1308/2013. L'article 120 du règlement (UE) n°1308/2013 dispose que la désignation figurant sur l'étiquetage peut être complétée par l'indication du nom d'une unité géographique plus restreinte ou plus grande que la

[499] En 2015, l'INAO a reconnu que le nombre de produits sous SIQO (hors bio) représentait plus de 1100 produits soit : 366 AOP/AOC vins, 3 AOP/AOC cidres, 74 IGP viticoles, 50 AOP laitières, 44 AOP agro-alimentaires (hors produits laitiers), 126 IGP agro-alimentaires (produits laitiers inclus), 425 Label rouge, 1 STG. Disponible en ligne : http://www.inao.gouv.fr/Nos-actualites/Publication-des-chiffres-cles-2015-des-produits-sous-SIQO.

[500] Art. 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013.

zone qui est à la base de l'AOP ou IGP. Cette interprétation nous intéresse ici puisque la France est un territoire entièrement couvert par les indications géographiques. Ainsi, si un nom enregistré sous AOP est retiré du registre tenu par la Commission européenne, les producteurs qui en bénéficiaient se situeront encore dans un contexte AOP/IGP. Par conséquent, pour pouvoir continuer à utiliser le nom géographique tant réputé, ils devront respecter les règles relatives aux unités géographiques plus petites ou plus grandes que la zone de l'AOP ou de celle de l'IGP.

L'article 120 du règlement (UE) n°1308/2013 est complétée par l'article 55 du règlement délégué (UE) 2019/33 qui rappelle le principe selon lequel l'indication du nom d'une unité géographique peut seulement figurer sur l'étiquetage des produits bénéficiant d'une AOP, d'une IGP ou d'une IG d'un pays tiers[501]. Son champ d'application est limité à un cas bien spécifique : les « *indications facultatives* »[502] et en l'occurrence, les zones plus petites ou plus grandes par rapport à l'AOP ou à l'IGP. Cet article indique les deux conditions cumulatives à respecter pour pouvoir mentionner sur une étiquette un nom géographique situé dans un contexte « AOP/IGP ». D'une part, les raisins à partir duquel le vin est produit doivent provenir de cette zone et, d'autre part, l'autorisation de l'usage de la dénomination doit strictement être prévue dans le cahier des charges de l'AOP ou de l'IGP à laquelle l'aire plus petite appartient[503] et dans le document unique[504]. Le droit de l'Union européenne ne donne toutefois aucune définition exhaustive de la notion « *unité géographique* » mais il exige que cette zone soit bien délimitée en cas d'utilisation du nom d'une unité géographique plus petite[505]. Il indique que le nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique ou les références géographiques désignent en : a) une localité ou un groupe de localités ; b) une zone administrative locale ou

[501] Art. 55 §1 du règlement délégué (UE) 2019/33 (anciennement article 67 du règlement (CE) n°607/2009). BAHANS (J.- M.), « La réforme de l'étiquetage des vins », *Revue de droit rural* n°378, Décembre 2009, étude 15. Voir BAHANS (J.-M.) et MENJUCQ (M.), *Droit de la vigne et du vin,* op. cit., n°675, p. 272.

[502] L'article 55 du règlement fait référence à l'article 120 §1, pt. g), du règlement (UE) n°1309/2013 et donc aux indications géographiques.

[503] A noter que le nom d'une unité géographique plus petite ne se substitue pas au nom de l'aire géographique principale puisque la dénomination de vente (mention « appellation d'origine protégée » et nom de l'appellation) est une mention obligatoire devant figurer sur l'étiquette du produit. Art. 119 du règlement (UE) n°1308/2013.

[504] Art. 94 du règlement (UE) n°1308/2013.

[505] Art. 55 §2 du règlement délégué (UE) 2019/33.

une partie de cette zone ; c) une sous-région viticole ou une partie de sous-région viticole ; ou d) une zone administrative[506]. Les contours d'une zone sous indication géographique sont présumés correspondre à des critères géomorphologiques, pédologiques, climatiques et historiques[507] et pas nécessairement coïncider d'office avec des frontières purement administratives (région, département, cantons, communes). Il est, par conséquent, plausible qu'un lieu-dit, un hameau ou quelques parcelles d'un village soient inclues dans une aire géographique, à la différence de parcelles n'épousant pas exactement les contours pédoclimatiques de l'indication géographique. L'aire de l'unité géographique plus petite doit obligatoirement être délimitée et donc identifiée au cadastre, afin que les contrôles y afférents puissent être effectués. Pour pouvoir utiliser ce nom géographique de ladite zone, le viticulteur doit tout d'abord revendiquer cette unité géographique dans sa déclaration de récolte[508], puis respecter les conditions de production exigées par le cahier des charges de cette unité géographique et enfin vinifier et stocker séparément le vin désigné par cette unité géographique. En ce qui concerne la délimitation d'une unité géographique plus grande, la question est plus complexe. La seule condition requise pour pouvoir mentionner le nom d'une aire géographique plus grande est que cette possibilité soit être inscrite au cahier des charges de l'aire géographique concernée. Mais jusqu'où va le « plus grand » ? Il semblerait que le législateur laisse une large appréciation aux Etats membres (nom d'une grande région par exemple pour l'INAO[509]) en ce qui concerne la délimitation de l'aire géographique, sous réserve de respecter les conditions du paragraphe 3 de l'article 55. Il est aussi possible que la même unité géographique soit couverte par plusieurs appellations, ce qui est une pratique assez commune en France[510]. Les conditions d'utilisation de cette unité

[506] Art. 55 §3 du règlement délégué (UE) 2019/33.

[507] AUDIER (J.), « Aspects juridiques des terroirs », in *Simposio Territorio & Vino, Siena (Italia),* 1998, pp. 635-643.

[508] Art. L 644-6 du C. rur. : « *Tout récoltant ou producteur qui entend donner à son produit une appellation d'origine ou une indication géographique protégée est tenu de l'indiquer dans sa déclaration de récolte ou de production* ». Pour l'appellation « *Champagne* », voir Annexe – XII du décret n°2010-1441 du 22 novembre 2010 relatif à l'appellation d'origine contrôlée « *Champagne* ».

[509] INAO, Guide du demandeur d'une Appellation d'origine contrôlée / Appellation d'origine protégée (AOC/AOP) ou d'une Indication géographique protégée (IGP), Secteur viticole, Novembre 2016.

[510] A titre d'illustration, peuvent utiliser sur l'étiquetage l'unité géographique plus grande :

- « Cru des Côtes du Rhône » et/ou « Vignobles de la Vallée du Rhône » : les Crus des Côtes du Rhône - situés tant dans la partie méridionale que dans la partie septentrionale de la zone géographique de l'appellation d'origine contrôlée « Côtes du Rhône » - et les appellations « Côtes du Rhône Villages », « Saint Joseph », « Côte Rôtie », « Crozes-Hermitage / Crozes Ermitage », « Gigondas », « Lirac », « Saint-Péray », « Tavel », etc.

géographique plus grande doivent nécessairement être précisées par la convention signée entre les différents organismes de défense et de gestion concernés. Le respect des règles afférents à chaque AOP ou IGP devra, quoiqu'il en soit, toujours être effectué dans le cadre des conditions de production et des contrôles y afférents.

La possibilité d'utiliser le nom d'une zone plus petite ou plus grande par rapport à l'AOP ou à l'IGP n'est, semble-t-il, offerte qu'aux vins bénéficiant d'une AOP ou IGP. L'article fait néanmoins l'objet de nombreuses interprétations concernant l'usage du nom géographique.

Après une longue gestation[511], la France a adopté le décret n°2012-655 du 4 mai 2012[512] précisant les exigences du droit européen à respecter pour les opérateurs en matière d'étiquetage des produits vitivinicoles[513]. Selon l'administration française, ce texte réserve l'utilisation du nom géographique pour les produits reconnus en AOP ou en IGP, puisque seules les mentions prévues au cahier des charges peuvent être utilisées. *A contrario*, un vin ne bénéficiant pas d'une AOP ou IGP ne peut par conséquent faire mention d'aucune référence géographique, puisque la réglementation précise bien que pour ce faire, il faut d'une part être autorisé par le cahier des charges de la zone y afférant et, d'autre part, respecter les exigences fixées par ce dernier. Mais cette interprétation n'est cohérente que si l'article s'applique au territoire français qui est – rappelons-le - entièrement couvert par les indications géographiques. Ainsi, si une AOP/IGP est retirée du registre, les

---

- « Vin de Bordeaux » ou « Grand Vin de Bordeaux » : les appellations d'origine contrôlée « Saint-Georges-Saint-Emilion », « Lalande-de-Pomerol », « Sainte-Croix-du-Mont », « Sainte-Foy-Bordeaux », etc.
- « Vin de Bourgogne » ou « Grand Vin de Bourgogne » : les appellations d'origine contrôlée « Clos de Vougeot / Clos Vougeot », « Echezeaux », « Côtes de Nuits-Villages / Vins fins de la Côte de Nuits », « Chablis grand cru », « Côte de Beaune-Villages », « Pommard », « Montrachet », etc.
- « Sud-Ouest » : pour les appellations « Monbazillac », « Tursan », « Cahors », etc.

[511] L'article 70 du règlement (CE) n°607/2009 abrogé précisait que les États membres pouvait établir des règles d'usage spécifiques plus contraignantes concernant notamment ces unités géographiques.

[512] Les dispositions du décret sont entrées en vigueur le 1er juillet 2012. Une période transitoire a toutefois permis aux opérateurs d'écouler les stocks : les vins étiquetés ou mis sur le marché avant le 1er juillet 2013 ont pu être commercialisés jusqu'à épuisement des stocks.

[513] Concernant l'indication d'une dénomination géographique, l'article 5 dudit décret dispose que *« L'étiquetage des vins bénéficiant d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique protégée peut mentionner le nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée si les conditions suivantes sont remplies : a) Tous les raisins à partir desquels ces vins ont été obtenus proviennent de cette unité plus petite ; b) Cette possibilité est prévue dans le cahier des charges de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée.*

L'étiquetage des vins bénéficiant d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique protégée peut mentionner le nom d'une unité géographique plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée si le cahier des charges de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée le prévoit ».

producteurs de la zone géographique concernée, élaboreront un vin sans indication géographique, soit un vin de France (ex-vin de table depuis le 1er août 2009). L'étiquetage de cette catégorie de vin doit obligatoirement mentionner la catégorie « *vin* » et le nom de l'Etat membre producteur, telle que « *vin de France* » (les raisins sont récoltés et transformés en vin sur le territoire français)[514], et aucune autre référence géographique. Toutefois, si les producteurs souhaitent conserver le nom géographique annulé, ils devront alors respecter la réglementation citée précédemment puisque le vin étant produit sur le territoire national, il tombera inévitablement dans une zone AOP ou IGP. Pour illustrer notre propos, nous utiliserons l'exemple de l'AOP Sancerre. L'appellation *Sancerre* – le cas échéant hypothétiquement annulé – peut toujours être utilisé par les producteurs mais seulement s'ils l'utilisent comme nom d'une unité géographique plus petite de l'IGP *Val de Loire.* Autrement dit, l'utilisation du nom géographique Sancerre est possible sous réserve que les dispositions de l'article 55 paragraphes 1 et 2 du règlement délégué (UE) 2019/33 soient respectées en termes de provenance des raisins et de production en respectant les conditions de production du cahier des charges IGP Val de Loire et que l'indication de l'unité plus petite « *Sancerre* » soit indiquée dans le cahier des charges de l'IGP Val de Loire[515]. Dans cette hypothèse, les producteurs sancerrois devront dès lors indiquer sur leurs étiquettes IGP Val de Loire, en sus de Sancerre comme unité géographique plus petite. Cette situation est propre au territoire français. Un nom géographique pourrait en effet être utilisé par des producteurs s'ils ne se retrouvaient pas dans une aire géographique protégée. La situation serait probablement différente pour un Etat membre dont le territoire n'est pas couvert par les indications géographiques comme au Danemark ou à Malte[516].

L'article 55 du règlement délégué (UE) 2019/33 ne semble pas être une interdiction formelle d'utiliser le nom géographique pour un vin qui ne bénéficie pas d'une AOP ou IGP. Il est seulement ici question de l'étiquetage et de la présentation d'un produit

[514] Art. 45 du règlement délégué (UE) 2019/33 (anc. art. 55 du règlement (CE) n°607/2009). Il peut également être complété par les mentions de cépage ou de millésime.

[515] Le cahier des charges de l'IGP Val de Loire prévoit que cette dernière peut être complétée par le nom d'une unité géographique plus petite telle que : Allier, Cher, Indre, Indre-et-Loire, Loir-et-Cher, Loire-Atlantique, Loiret, Maine-et-Loire, Nièvre, Sarthe, Vendée, Vienne, Marches de Bretagne, Pays de Retz. Cahier des charges de l'indication géographique protégée « *Val de Loire* », homologué par arrêté du 28 octobre 2011, modifié par arrêté du 17 août 2016 publié au JORF du 1er septembre 2016.

[516] A date, le Danemark compte cinq indications géographiques protégées dans le secteur du vin (Bornholm, Fyn, Jylland, Dons et Sjælland), Malte en compte 3 AOP (Għawdex, Gozo et Malta) et 1 IGP (Maltese Islands) et la Pologne, aucune. Sources E-Bacchus.

bénéficiant d'une AOP ou IGP et non de l'utilisation d'un nom géographique. Dans l'hypothèse d'une annulation d'une AOP ou IGP, si un vin est produit dans une zone non-couverte par une AOP ou IGP, le nom géographique pourra, semble-t-il, être utilisé par les producteurs. Ces derniers pourraient se réapproprier le nom géographique, dès lors qu'il n'existe plus de cahier des charges et d'enregistrement et que le nom est donc de nouveau « libre ».

A la différence du secteur viticole, la question de l'utilisation d'un nom géographique est très claire en ce qui concerne le secteur oléicole, bien qu'elle ait fait l'objet d'un long débat pendant plusieurs années[517]. L'étiquetage de l'huile d'olive est très strict et réglementé[518] afin de garantir au consommateur une meilleure information. Depuis le 1er juillet 2009, l'indication de l'origine de l'huile d'olive est obligatoire[519]. La réglementation européenne impose la désignation de l'origine pour l'huile d'olive vierge extra et l'huile d'olive vierge commercialisée dans l'Union[520]. Le règlement n°29/2012[521], relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive, définit la « *désignation de l'origine* » comme la mention d'un nom géographique sur l'emballage ou sur l'étiquette liée à celui-ci. L'origine doit également correspondre au lieu de récolte et au lieu d'extraction des olives[522]. Ainsi, une huile d'olive est française lorsque les olives ont été récoltées en France et que cette huile a été extraite dans un moulin situé en France. Le nom géographique mentionné sur l'étiquette ou sur l'emballage peut uniquement désigner un État membre (« Huile d'olive vierge extra *Origine Espagne* »), un pays tiers (« *Huile d'olive de Tunisie* »), l'Union européenne qui indique que l'huile d'olive est issue d'un ou plusieurs pays de l'Union (« *Origine Union Européenne* ») ou un terroir enregistré (« *AOP Huile d'Olive*

[517] NASLES (O.), « Huile d'olive française la bataille de l'origine est gagnée et maintenant ? », *OCL,* Vol. 21, N°5, Article n°502, Septembre – Octobre 2014.
[518] POUYET (B.), OLLIVIER (V.), « Réglementations sur l'étiquetage et la présentation des huiles d'olive », OCL 2014, 21(5) D508.
[519] Règlement (CE) n°182/2009 de la Commission du 6 mars 2009 modifiant le règlement (CE) n°1019/2002 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive (JOUE L 63 du 7.3.2009, p. 6–8), abrogé par le règlement d'exécution (UE) n°29/2012 de la Commission du 13 janvier 2012 2012 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive (JOUE L 12 du 14.1.2012, p. 14).
[520] Il est interdit de mentionner l'origine pour les huiles d'olive et les huiles de grignons d'olives. Art. 4-1 al. 2 du règlement d'exécution (UE) n°29/2012.
[521] Règlement d'exécution (UE) n°29/2012 de la Commission du 13 janvier 2012 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive abrogeant le règlement (CE) n°1019/2002 de la Commission du 13 juin 2002 relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive et modifié par le règlement d'exécution (UE) n°1335/2013 de la Commission du 13 décembre 2013 (JO L 12 du 14.1.2012, p. 14).
[522] Art. 4 al. 5 du règlement d'exécution (UE) n°29/2012.

de Nyons », « *IGP Olio Toscano* »). En ce qui concerne l'utilisation d'un nom géographique enregistré, l'opérateur peut y prétendre s'il se situe dans une aire d'appellation ou d'indication géographique et s'il est identifié comme tel auprès du syndicat de défense et de gestion de la dénomination enregistrée. Par conséquent, une marque individuelle ou collective géographique ne pourra pas être déposée ou enregistrée si l'huile d'olive est produite hors zone AOP/IGP ou si elle est produite sans respecter le cahier des charges de la zone AOP/IGP dans laquelle elle se trouve. Toute référence à une origine en dehors des AOP ou IGP est prohibée. Lorsque des huiles d'olive sont produites hors zone AOP/IGP ou lorsque des oléiculteurs ne souhaitent pas vendre leurs produits sous une dénomination enregistrée, bien que situés sur une zone AOP/IGP, ces huiles d'olives seront commercialisées sous le label « *Huile d'olive de France* »[523], qui garantit une huile 100% française (olives récoltées et pressées sur le territoire français) [524]. Nous pouvons supposer que l'intention du législateur va dans le même sens en ce qui concerne l'usage du nom géographique pour les vins sans indication géographique. En outre, l'article 55 paragraphe 2 du règlement délégué (UE) 2019/33 permet aux Etats membres de décider pour des marques commerciales enregistrées ou établies par l'usage avant le 11 mai 2002, qui contiennent ou consistent en un nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique, de ne pas appliquer les conditions exigées par le règlement délégué (UE) 2019/33[525] et de les laisser ainsi subsister. En France, les conditions à remplir pour pouvoir bénéficier du nom d'une unité géographique plus restreinte ou plus grande que l'AOP ou IGP sont applicables depuis le 1er juillet 2012. Les vins étiquetés ou mis sur le marché avant le 1er juillet 2013 peuvent être commercialisés jusqu'à épuisement des stocks[526]. Toutefois, cette possibilité reste assujettie à certaines conditions. Il y a donc tout lieu de croire qu'un nom

[523] Marque semi-figurative Huile d'olive de France n°3349649, dont le titulaire est AFIDOL, l'Association Française Interprofessionnelle de l'Olive. Source : INPI.

[524] Seuls les noms de marques ou d'entreprises déposés ou enregistrés avant le 31 décembre 1998, ou avant le 31 mai 2002 pour certaines, peuvent se référer à un nom géographique. Il n'est aujourd'hui plus possible d'enregistrer un nom de marque ou d'entreprise pour une huile d'olive faisant référence à un nom géographique. Art. 4 §3 du règlement d'exécution (UE) n°29/2012.

[525] Art. 55 §2 du règlement délégué (UE) 2019/33 : « *Les États membres peuvent décider, dans le cas des marques commerciales enregistrées ou des marques commerciales établies par l'usage avant le 11 mai 2002 qui contiennent ou consistent en un nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique et des références à la zone géographique des États membres concernés, de ne pas appliquer les exigences énoncées au deuxième alinéa points a) et b)* ».

[526] Art. 30 du décret n°2012-655 du 4 mai 2012.

géographique, libre ou non, ne peut être utilisé par des producteurs si leurs produits ne bénéficient pas d'une AOP ou IGP. Mais l'interprétation de l'article 55 du règlement délégué (UE) 2019/33, tout comme l'article 67 du règlement (CE) n°607/2009 abrogé, reste évasive.

B. Des restrictions à l'usage du droit de la propriété pour les titulaires de marques incluant le nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone d'appellation d'origine

Les marques comportant un nom géographique sont limitées à celle incluant l'appellation d'origine, l'indication géographique protégée ou le nom du cru. L'article 120 du règlement (UE) n°1308/2013 prévoit en effet qu'un vin bénéficiant d'une AOP ou IGP peut mentionner à titre facultatif, sur son étiquette, le nom d'une autre unité géographique plus petite ou plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique. Toutefois, la réglementation européenne[527] précise qu'une marque consistant ou contenant une AOP ou IGP peut continuer à être exploitée et renouvelée même si elle ne respecte pas les dispositions du cahier des charges de l'AOP ou IGP concernée. En France, la Cour de cassation a récemment apporté des précisions quant aux conditions d'usage du nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique pour une marque. En l'espèce, une cave coopérative avait mis en circulation du vin bénéficiant de l'appellation d'origine « Côtes de Provence » dont les étiquettes mentionnaient la marque « *Cuvée du golfe de Saint-Tropez* » ou « *Port Grimaud* », en contravention avec l'article 5[528] du décret n°2012-655 du 4 mai 2012. Ce dernier interdit de mentionner le nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique protégée, si cette possibilité n'est pas prévue par le cahier des charges y afférant. La Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) de Provence Alpes Côte

[527] Art 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 55 §2 du règlement délégué (UE) 2019/33.

[528] Art. 5 al. 2 du décret n°2012-655 du 4 mai 2012 : « *L'étiquetage des vins bénéficiant d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique protégée peut mentionner le nom d'une unité géographique plus grande que la zone qui est à la base de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée si le cahier des charges de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée le prévoit* ».

d'Azur lui a par conséquent adressé un avertissement. A l'issue d'un second contrôle en date du 15 avril 2014 constatant que la société ne s'était pas mise en conformité avec la réglementation nationale en vigueur, la DIRECCTE lui a dressé un procès-verbal pour la mise en circulation, sans étiquetage conforme, de plus d'un million de bouteilles de vin dont l'étiquetage était non conforme. La société *Les Vignerons de Grimaud* fait valoir, devant la juridiction de proximité de Fréjus, qu'elle est bien titulaire des marques « *Cuvée du golfe de Saint-Tropez* » et « *le Grimaudin* » et que ces dernières ont bien été enregistrées avant l'entrée en vigueur de l'article cité précédemment. Dans sa décision en date du 26 avril 2016, le juge retient que les marques verbales « *Cuvée du golfe de Saint-Tropez* » (dépôt en 1994 et en 2004) et « *Le Grimaudin* » (dépôt en 2003) ont été déposées et enregistrées de bonne foi par la société, antérieurement audit décret, que l'enregistrement de ces marques n'était entaché d'aucun motif de nullité et que leur usage était sérieux et utile. Il en déduit alors que les marques enregistrées conféraient à leur titulaire un droit exclusif d'utilisation dont ne peut le priver le décret précité. La Cour de cassation casse et annule la décision en date du 26 avril 2016[529] en rappelant d'une part qu' « *aucune disposition ne prévoit la possibilité de poursuivre l'utilisation d'une marque contenant ou consistant en un nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation ou de l'indication concernées lorsque cette marque n'est pas conforme aux règles que les États membres établissent, en application des articles 67 et 70 du règlement du 14 juillet 2009 précité, concernant l'utilisation de ces unités géographiques* ». D'autre part, elle précise que « *l'article 5 du décret du 4 mai 2012 n'a pas pour effet d'interdire l'usage du nom d'une unité géographique plus petite que celle qui est à la base de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée mais seulement d'en préciser les conditions* ». Alors que l'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette dernière pour les produits et services qu'il a désignés[530], le juge précise que des restrictions à l'usage du droit de propriété sont possibles. Lorsqu'il ne prévoit pas la possibilité de mentionner le nom d'une unité géographique plus petite, le cahier des charges peut être modifié à la demande de producteurs intéressés (dans les conditions prévues à l'article 105 du règlement (UE) n°1308/2013). Des restrictions à l'usage du droit de propriété peuvent dès lors être apportées si elles sont « *justifiées*

[529] Cass. crim., 4 avril 2018, n°16-83.270 : JurisData n°2018-005144.
[530] Art. L 713-1 du CPI.

par la nécessité d'assurer la sauvegarde des intérêts de ces producteurs contre la concurrence déloyale et celle des consommateurs contre les indications susceptibles de les induire en erreur »[531] et si elles « *ne portent pas une atteinte disproportionnée au droit de propriété des titulaires de marques commerciales antérieures qui contiennent ou consistent en un nom d'une unité géographique plus petite que la zone qui est à la base de l'appellation ou de l'indication concernées* ». Elle estime qu'à la date des faits, le cahier des charges de l'AOP « *Côtes de Provence* » ne prévoyait pas la possibilité d'utiliser les unités géographiques plus petites « *Saint-Tropez* » et « *Port-Grimaud* »[532] et que l'étiquetage desdites bouteilles mises en circulation était dès lors non conforme à la réglementation susvisée. Si la cave coopérative avait sollicité une modification du cahier des charges, la décision aurait sans doute été différente. La jurisprudence tente ainsi s'étendre à d'autres concepts pour renforcer la protection dans le domaine vitivinicole mais cette dernière est tout de même moins forte que celle des produits agricoles et denrées alimentaires[533].

§2. La question du maintien du titre national

Le droit de l'Union européenne est en pleine évolution depuis 2008 et le droit national tend à s'effacer devant lui[534]. La primauté du système de l'Union européenne est particulièrement visible dans le secteur du vin. Les acronymes AOC et AOP, étant très proches, nous pouvons légitimement nous interroger sur la manière dont s'articulent respectivement le droit de l'Union et le droit national français. Existe-il des dénominations maintenues au niveau national qui n'auraient

[531] La Cour de justice rappelle de manière constante que le droit de propriété garanti par la Charte des droits fondamentaux, dont fait partie le droit de propriété intellectuelle, n'est pas une prérogative absolue et que son exercice peut faire l'objet de restrictions justifiées par des objectifs d'intérêt général poursuivis par l'Union européenne. Dès lors, des restrictions peuvent en effet être apportées à l'usage du droit de propriété, à condition qu'elles répondent effectivement à des objectifs d'intérêt général poursuivis par l'Union européenne et ne constituent pas, au regard du but poursuivi, une intervention démesurée et intolérable qui porterait atteinte à la substance même du droit ainsi garanti. CE, 26 juill. 2018, n°411717.

[532] Le cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « Côtes de Provence » indique que les étiquettes peuvent être complétée ou non par les dénominations géographiques « Sainte-Victoire », « Fréjus », « La Londe » et « Pierrefeu ». Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée Côtes de Provence homologué par décret n°2013-195 du 5 mars 2013, modifié par arrêté du 19 juillet 2016 publié au JORF du 30 juillet 2016 et publié au BO-AGRI n°32 du 04 août 2016.

[533] Voir aussi Partie 2 – Chapitre 1 – Section 2 - §1, - A – 1.

[534] L'articulation entre les règles communautaires et les régimes nationaux est à clarifier. BENTLY (L.), SHERMAN (B.), "The Impact of European Geographical Indications on National Rights in Member States", *Trademark Reporter*, Juillet-Août 2006, Vol. 96, n°850. Voir en ce sens, LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit*., pt 250.

pas satisfait aux conditions prévues par les règlements européens et qui se sont vues refuser l'enregistrement par la Commission européenne ? Des opérateurs peuvent-ils prétendre à une protection nationale alors que maintenir le bénéfice d'une appellation d'origine au profit d'un produit qui n'y a pas droit serait contraire à la réglementation selon les autorités de l'Union européenne ? Il convient d'analyser cette problématique au regard du caractère exclusif ou non du système européen et tenter d'apprécier si une protection nationale reste encore possible [535] (A). La question se pose également de savoir si les AOP, IGP ou indications susceptibles d'être protégées par le droit de l'Union peuvent être soumises à des dispositions parallèles ou complémentaires prévues par le droit national (B).

A. L'application subsidiaire des droits nationaux et l'enregistrement européen

Les systèmes AOC-AOP sont interdépendants. La décision d'enregistrer une dénomination ne peut être prise par la Commission européenne que si la France, en tant qu'Etat membre, lui a soumis une demande à cette fin sachant qu'une telle demande ne peut être légitime que si la France a préalablement vérifié que cette dernière est justifiée[536]. Il existe un lien indissoluble entre le titre national et le titre européen et les procédures nationales d'enregistrement ne peuvent exister en dehors du régime de protection de l'Union[537] et la reconnaissance d'une AOC n'est qu'une étape préalable à sa reconnaissance finale en tant qu'AOP au niveau européen [538]. L'article L 641-10 du Code rural énonce d'ailleurs que « *doivent*

[535] D'autant plus que l'idée de revenir à un système de protection national et européen pour pallier l'inflation des indications géographiques peut paraître « alléchante : seules les appellations les plus importantes économiquement pourraient solliciter une protection sur l'ensemble du territoire européen, celles qui n'ont qu'un potentiel local devraient se contenter d'une protection nationale » : RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit.

[536] L'articulation entre la certification nationale et les appellations communautaires est réglée pour éviter la création de nouveaux signes de qualité en permettant à la certification interne de bénéficier de la protection communautaire nouvelle.

[537] CJCE, 6 décembre 2001, *Carl Kühne GmbH & Co. KG et autres c/ Jütro Konservenfabrik GmbH & Co. KG.,* préc., pt 53 ; CJCE, 8 septembre 2009, *Budějovický Budvar c/ Rudolf Ammersin GmbH*, aff. C-478/07 (ECLI:EU:C:2009:521), pts 116 et 117.

[538] Cette obligation est contraire au « *principe d'applicabilité directe et immédiate des règlements communautaires sur les AOP-IGP* ». Voir en ce sens, LE GOFFIC (C.), « La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis », *op. cit.* L'INAO impose néanmoins toujours aux opérateurs de déposer une demande de reconnaissance en appellation d'origine contrôlée alors que cette obligation a disparu suite à l'ordonnance n°2006-1547 du 7 décembre 2006, relative à la valorisation des produits agricoles, forestiers ou alimentaires et des produits de la mer. L'article 96 du règlement (UE)

solliciter le bénéfice d'une appellation d'origine protégée les produits agricoles ou alimentaires entrant dans le champ d'application du règlement (UE) n°1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires ainsi que les produits vitivinicoles entrant dans le champ d'application du règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant organisation commune des marchés des produits agricoles et abrogeant les règlements (CEE) n°922/72, (CEE) n°234/79, (CE) n°1037/2001 et (CE) n°1234/2007 du Conseil auxquels une appellation d'origine contrôlée a été reconnue ». La reconnaissance nationale oblige à solliciter le bénéfice d'une AOP, autrement dit à obtenir une protection européenne, pour les produits qui sont couverts par les quatre catégories européennes (produits agricoles et denrées alimentaires, vins, spiritueux et vins aromatisés). Cela signifie toutefois que des procédures d'enregistrement peuvent être prévues pour les autres produits[539]. L'article L 641-10 du Code rural précise en outre que « s*i le produit ne satisfait pas aux conditions posées par les règlements mentionnés à l'alinéa précédent et se voit refuser ou annuler le bénéfice de l'appellation d'origine protégée, il perd celui de l'appellation d'origine contrôlée qui lui a été reconnue* ». Donc, *a contrario*, le produit continue de bénéficier de l'AOC du droit national si la Commission accepte l'enregistrement au niveau européen. Par ailleurs, le droit national accorde aux opérateurs demandeurs une protection interne temporaire afin de récompenser les opérateurs pour le développement de leur produit, en attendant la décision de la Commission européenne[540]. Mais ce tempérament entériné par la Cour de justice[541] se limite à la période entre le dépôt

n°1308/2013 fait en outre référence à une « procédure préliminaire au niveau national » et non à une procédure de reconnaissance en AOP avant de pouvoir prétendre à l'enregistrement d'une appellation d'origine protégée. BERNAULT (C.), COLLART DUTILLEUL (C.), « Articulation du droit national, communautaire et international des signes de qualité : l'approche européenne », Aspects juridiques de la valorisation des denrées alimentaires, Communication dans le cadre du Colloque du programme Lascaux « La valorisation des produits agricoles : approche juridique », à San Jose (Costa Rica) les 28 et 29 novembre 2010. Disponible en ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01081945/document

[539] Exemples de produits ne relevant pas de la protection prévue par le droit de l'Union européenne au titre des AOP et IGP : la « poterie de Vallauris », les « dentelles du Puy », les mouchoirs et tissus « Cholet », les « émaux de Limoges », ou le « grenat de Perpignan ». MOUSSERON (P.), AUBERT (S.), BADJI (M.), BENTO DE CARVALHO (L.), BRES (A.), et al., « Valoriser les usages : Approches... », *Institut des usages*, Collection Droit des usages, 2020.

[540] « *il peut être profitable à l'économie rurale que l'on mette en place des systèmes de qualité en faveur des producteurs qui les récompensent des efforts qu'ils consentent pour produire une gamme variée de produits de qualité* » : Cons. 4 du règlement (UE) n°1151/2012.

[541] CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.,* aff. C-129/97 et C-130/97 (ECLI:EU:C:1998:274).

de la demande d'enregistrement au niveau européen et la décision définitive de la Commission européenne. La réglementation n'autorise pas à maintenir des enregistrements au niveau national, dès lors que la dénomination concernée s'est vue refuser l'enregistrement européen, sous peine de remettre en cause le caractère uniforme de la protection prévue par le règlement[542]. A la lecture des textes, il semble évident que la protection est avant tout européenne, Les producteurs perdent ainsi l'usage de la dénomination de leur AOC que ce soit en cas d'admission ou de refus de la demande d'enregistrement de l'AOP. En cas d'admission, la protection de l'Union européenne se substitue à la protection nationale. En cas de rejet, la protection nationale est présumée n'avoir jamais existé.

B. L'application exclusive de la protection européenne en matière d'AOP/IGP

Bien que le droit de l'Union fasse appel aux droits nationaux pour la mise en œuvre de la protection des indications géographiques, la position de l'Union européenne est très claire en ce qui concerne le cumul des protections et le principe de non-cumul est rappelé à de nombreuses reprises par la jurisprudence[543]. En 1998, la Cour indique que, suite à une demande d'enregistrement au niveau européen, un État membre peut maintenir une protection interne temporaire pour une appellation jusqu'à la date à laquelle une décision sur l'enregistrement est prise mais ne peut, en adoptant des dispositions nationales, modifier une appellation d'origine pour laquelle il a demandé l'enregistrement[544] afin de la protéger au niveau national.

---

[542] CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.*, préc. ; Cass. crim., 6 février 2001, n°99-85.219 : Bull. crim., n°36 ; PIBD 2001, n°728, III, 520, *Propr. ind. 2002,* comm. 37, obs . J. SCHMIDT-SZALEWSKI ; Cass. com., 30 mai 2000, n°98-15.327 : JurisData n°2000-002273 ; Bull. civ. IV, n°111 ; C.E, 21 juin 2000, *Sté Eurial Poitouraine,* n°212348 : JurisData n°2000-060885 : le régime de protection transitoire accordé par un État membre n'est opposable qu'à compter de la transmission de la demande d'enregistrement aux autorités communautaires et elle cesse de plein droit au jour de la décision prise sur l'enregistrement par les autorités communautaires.

[543] CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.,* aff. C-129/97 et C-130/97, préc., pt 28 ; CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola c/ Käserei Champignon Hofmeister GmbH& Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97 (ECLI:EU:C:1999:115) (*« Gorgonzola »,*) pt 18.

[544] CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.,* préc., pt 33. Sur la modification du cahier des charges au niveau national : CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita c/ Asda Stores Ltd et Hygrade Foods Ltd*, aff. C-108/01 (ECLI:EU:C:2003:296) ; CJCE, 20 mai 2003, *Ravil SARL c/ Bellon Import SARL et Biraghi SpA,* aff. C-469/00 (ECLI:EU:C:2003:295) ; *Revue de droit rural 2005*, p. 25, obs. BIANCHI (D.) ; C.E, 30 décembre 1998, *SA Fromagerie Philipona et Sté fromagerie franc-comtoise*, n°170232 : JCP E 1999, p. 152 ; Revue de droit rural 1999, p. 485, obs. D. ROCHARD en ce qui

Si la demande est acceptée, l'enregistrement de la dénomination géographique mettra fin à la protection nationale[545]. Dans le cas contraire, l'Etat membre concerné supportera les conséquences de cette protection nationale[546]. Notons ici qu'il s'agit toujours d'un pari risqué pour les Etats membres. En 2003, la Cour vient également préciser qu'un Etat membre ne peut en aucun cas maintenir une protection juridique nationale en l'absence d'une demande d'enregistrement d'une dénomination[547]. Seul le maintien d'une protection à titre provisoire à compter de la date de transmission de la demande d'enregistrement à la Commission européenne jusqu'à la décision de celle-ci est possible. En l'espèce, la Commission européenne reprochait à la France d'avoir adopté une loi contraire au droit communautaire. La loi n°94-2 du 3 janvier 1994 relative à la reconnaissance de qualité des produits agricoles et alimentaires prévoyait l'utilisation d'une mention géographique pendant une période transitoire de huit années à compter de la date de publication de la loi précitée pour les produits ou denrées bénéficiant d'un label ou d'un certificat de conformité mais pas d'une IGP. La Commission considérait que « *les dispositions françaises qui instituent les dénominations en cause peuvent avoir des effets sur la libre circulation des marchandises entre les États membres, dans la mesure notamment où ces dispositions favorisent la commercialisation des marchandises d'origine nationale au détriment des marchandises importées* ». Elle estimait que les dénominations en cause informaient le consommateur que le produit agricole ou la denrée alimentaire provenait d'une région déterminée alors que la protection des appellations d'origine et des indications géographiques ne pouvait plus être effectuée que dans le cadre

---

concerne l'annulation du décret modifiant l'AOC « Comté » préalablement à la décision d'enregistrement de la dénomination comme AOP par la Commission européenne.

[545] CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.,* préc., pt 25.

[546] Art. 9 al. 3 du règlement (UE) n°1151/2012. D'ailleurs, la protection transitoire accordée par l'Etat membre ne produit ses effets qu'au niveau national et n'a aucune incidence sur le commerce à l'intérieur de l'Union ou le commerce international : art. 9 al. 4 du règlement n°1151/2012. Une période transitoire d'une durée de 5 ans maximum peut être accordée par la Commission pour l'appellation dont la demande d'enregistrement n'a pas abouti à condition que ces produits bénéficiant de ladite appellation ont été légalement commercialisés sous ce nom pendant au moins cinq ans précédant la date de la publication. Autrement dit, la Commission tolère qu'un producteur puisse pendant cette période utiliser la dénomination pour ses produits non conformes au cahier des charges de l'enregistrement. Art. 15 du règlement n°1151/2012. Sur la question du champ d'application de ce régime dérogatoire : SCHMIDT-SZALEWSKI (J.), « Pas de "parmesan" d'Italie en France ! », *Propriété industrielle*, n°6, Septembre 2002, comm. 64 (Rf : CJCE, 25 juin 2002, aff. C-66/00, *Dante Bigi c/ Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano*). Sur la question de la mise en place de dispositions transitoires en matière d'AOC viticoles : GEORGOPOULOS (Th.), « Le contentieux de la délimitation géographique des AOC », *Droit Administratif,* n°4, Avril 2010, comm. 48.

[547] CJCE, 6 mars 2003, *Commission c/ France*, aff. C-6/02 (ECLI:EU:C:2003:136).

tracé par le règlement européen[548]. De son côté, la France ne contestait pas que sa législation était contraire à la réglementation communautaire mais soutenait que l'adoption d'un nouveau cadre juridique avait mis fin au manquement après le délai fixé par la Commission. Le recours a été accueilli. Un Etat membre ne peut, par conséquent, pas maintenir une protection parallèle à celle de l'Union européenne ni se substituer à cette dernière. Si la Commission européenne décide qu'un produit ne peut pas bénéficier d'une appellation d'origine car contraire à la réglementation européenne, alors ce signe n'a plus vocation à exister sur le territoire national.

La primauté du droit de l'Union et l'exhaustivité de celui-ci concernant les indications géographiques ont aussi été affirmées par la Cour de justice dans un arrêt en date du 8 septembre 2009[549]. En s'appuyant notamment sur le fait que le règlement n°2081/92 avait prévu des dispositions transitoires pour les dénominations nationales existantes[550], les juges ont estimé que le système européen de protection des appellations d'origine était exhaustif de tout autre régime de protection nationale pouvant coexister avec lui, car la garantie de qualité, qui constitue la fonction essentielle des appellations d'origine, risquerait de ne pas être assurée si les États membres décidaient de maintenir un titre national - lequel pourrait répondre à des exigences moins contraignantes que celles imposées dans la réglementation européenne. Cela pourrait porter atteinte aux droits réservés aux producteurs ayant consenti des efforts qualitatifs réels afin de pouvoir utiliser une indication géographique enregistrée [551] . L'objectif n'était pas de créer un régime complémentaire de protection des indications géographiques à côté de systèmes nationaux parallèles mais de « *prévoir un régime de protection uniforme et exhaustif pour de telles indications* ». Dans ses conclusions[552], l'avocat général avait aussi déduit que « *le régime créé par le règlement communautaire est incompatible avec le maintien d'une protection nationale dans le même domaine* » et qu' « *une dénomination se trouvant dans ce champ (d'application du règlement (CE)*

[548] CJCE, 6 mars 2003, *Commission c/ France,* préc., pt 13.

[549] CJCE, 8 septembre 2009, *Budějovický Budvar c./ Rudolf Ammersin GmbH,* préc., pt 107.

[550] Cons. 7 : « *[…] que les pratiques nationales dans la mise en œuvre des appellations d'origine et des indications géographiques sont actuellement disparates; qu'il est nécessaire d'envisager une approche communautaire; que, en effet, un cadre de règles communautaires comportant un régime de protection permettra aux indications géographiques et aux appellations d'origine de se développer du fait que ce cadre garantira, à travers une approche plus uniforme, des conditions de concurrence égale entre les producteurs de produits bénéficiant de ces mentions et qu'il conduira à une meilleure crédibilité de ces produits aux yeux des consommateurs* ». Identique au 6e cons. du règlement (CE) n°510/2006.

[551] CJCE, 8 septembre 2009, *Budějovický Budvar c./ Rudolf Ammersin GmbH,* préc., pt 112.

[552] Concl. de l'avocat général D. RUIZ-JARABO COLOMER présentées le 5 février 2009, pt 129.

n°510/2006) et qui n'a pas été notifié à la Commission ne peut être protégée par un ou plusieurs Etats membres de manière indépendante, et demeure sans défense ».

En 2017[553], la Cour de justice est là aussi sans équivoque sur la question de savoir si le système européen mis en place est le seul à régir les conditions de la protection des AO vitivinicoles en Europe ou s'il laisse aux Etats membres la possibilité de prévoir un système national de protection des AOP et IGP. En l'espèce, il s'agit d'un litige qui opposait l'Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP), organisme de contrôle de la qualité du vin d'appellation Porto et Port (version anglaise), et la société Bruichladdich, une distillerie anglaise. En 2006, l'EUIPO enregistre le signe distinctif « PORT CHARLOTTE » en tant que marque pour désigner du whisky[554], suite à la demande de la société anglaise. En 2011, l'IVDP dépose une demande d'annulation de ladite marque pour cause d'utilisation du mot « PORT » faisant référence à l'appellation d'origine portugaise, protégée tant par le règlement (CE) n°1234/2007[555] que par le droit national portugais. L'EUIPO rejette l'action en nullité engagée par l'IVDP. Toutefois, le TUE annule en 2015[556] la décision attaquée de l'EUIPO en ce qu'elle n'a pas pris en compte les dispositions du droit national portugais invoquées en complément de la protection prévue par le régime européen pour les indications géographiques. Il conclut qu'il « *ne ressort ni des dispositions du règlement n°491/2009 ni de celles du règlement n°207/2009 que la protection au titre du premier règlement doive être comprise comme étant exhaustive en ce sens qu'elle ne saurait être complétée, en dehors de son champ d'application propre, par un autre régime de protection* »[557] Ainsi, il semble avoir pris le contrepied de la jurisprudence antérieure[558], en considérant que l'appellation PORTO peut être protégée non seulement par la réglementation européenne mais également par la loi nationale portugaise, à laquelle la première renvoie. La juridiction reconnaît ainsi une

[553] CJUE, 14 septembre 2017, *EUIPO c/ Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto*, aff. C-56/16 P (ECLI:EU:C:2017:693) (« *Port Charlotte » : Prop. intell. 2018,* n°68, p. 78, obs. C. LE GOFFIC. PETIT (Y.), « Opposition entre une AOP pour les vins et une marque de l'Union européenne », *Revue de droit rural,* n°463, Mai 2018, comm. 88.

[554] La société anglaise a limité la liste de ses marchandises au whisky.

[555] Il s'agissait d'une IG dont bénéficiait un type de vin, enregistré et protégé au titre du règlement (CE) n°1234/2007 (règlement OCM unique, JOUE L 299, 16 novembre 2007, p. 1). Ce règlement a été abrogé et remplacé par le règlement (UE) n°1308/2013 du 17 décembre 2013.

[556] TUE, 18 novembre 2015, *Instituto dos* Vinhos *do* Douro *e do* Porto *IP c/ OHMI*, aff. T-659/14 (ECLI:EU:T:2015:863) : JurisData n°2015-030611 ; Prop. Industr. 2016, comm. 4.

[557] TUE, 18 novembre 2015, *Instituto dos* Vinhos *do* Douro *e do* Porto *IP c/ OHMI*, préc., pt 44.

[558] CJCE, 8 septembre 2009, *Budějovický Budvar c./ Rudolf Ammersin GmbH,* préc.: Voir en ce sens : MANTROV (V.), "EU Law on Indications of Geographical Origin: Theory and Practice", *Springer International Publishing AG*, 2014.

protection supplémentaire des appellations d'origine protégées par le droit national des Etats membres. La Cour de justice viendra procéder à l'annulation de la décision du Tribunal pour erreur de droit, en ce qu'il considérait l'application complémentaire du droit portugais comme étant conforme au droit de l'Union. Ainsi, le juge confirme que le régime juridique de protection des appellations d'origine pour les produits agricoles, y compris les vins, constitue un régime de protection uniforme et exclusif, même exhaustif. Il n'existe par conséquent aucun système national parallèle, ni plus indulgent, ni plus strict[559].

L'application exclusive du droit de l'Union fait diminuer le champ de protection étatique, pour autant qu'elle s'applique dans le champ d'application de la réglementation relative aux AOP et IGP, et a vocation à se substituer au droit national. Cette harmonisation renforcée des systèmes juridiques nationaux initiée par la Commission européenne retire en effet aux Etats membres toute compétence à établir une protection renforcée pour les AOP et IGP, ce qui conduit finalement à « *s'éloigner de la réalité relative à la conception d'appellation conçue différemment par chaque État-membre* »[560]. Mais cette harmonisation donnera plus de force à la vision européenne des signes de qualité sur la scène internationale. Certes, l'AOC peut figurer sur les étiquettes comme mention traditionnelle et des spécificités peuvent toujours être apportées par le cahier des charges, mais l'AOC est devenue l'AOP au sens européen. Bien que les producteurs français soient attachés à ce concept d'appellation, l' « AOC » une fois enregistrée au niveau européen comme « AOP » devient inutile [561] et son utilisation n'aura guère d'intérêt que pour le consommateur qui se verra conforté dans ses repères.

[559] Voir en sens : FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Port Charlotte : protection nationale des appellations d'origine », *Propriété industrielle*, n°1, Janvier 2016, comm. 4. ; FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Port Charlotte : appellations d'origine et protection exclusive par le droit de l'Union européenne », *Propriété industrielle*, Novembre 2017, n°11.

[560] BRANLARD (J.-P.), *Droit européen : harmonisation ou uniformisation de nos assiettes ?*, in C. Arnaud, C. Aurerin, N. Blanc et al. (sous la dir.), *Droit(s) et gastronomie*, Éditions Mare & Martin, Coll. Libre Droit, 2018, p. 172.

[561] LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit*.

CONCLUSION DE LA PARTIE 1

Comme nous l'avons vu, le droit de l'Union fait appel aux droits nationaux de l'ensemble des Etats membres pour la bonne mise en œuvre du dispositif de la protection des indications géographiques. Chaque Etat membre dans lequel l'aire géographique délimitée est située doit mettre en place des structures adaptées en vue du contrôle du respect des exigences fixées au cahier des charges. Les textes français prévoient par conséquent la mise en œuvre de ces contrôles, condition préalable à la reconnaissance de toute appellation[562], qui peut entraîner la perte du bénéfice de l'appellation d'origine si le produit ne satisfait pas aux conditions fixées. Il convient par ailleurs de rappeler qu'il existe des situations dans lesquelles la protection accordée doit prendre fin, même si elle l'a été pour une durée indéterminée. L'appellation d'origine est protégée en cas d'inaction des producteurs à la préserver ou à défaut d'action suffisante de la part des opérateurs face à des actes d'infraction ou d'usurpation par des tiers, ce qui fait d'ailleurs office d'exception en droit de la propriété intellectuelle. Elle ne peut en principe devenir générique et les opérateurs conservent ainsi leurs droits. La procédure d'annulation est finalement la contrepartie du régime exorbitant du droit commun en termes de propriété intellectuelle. Toutefois, si un Etat membre venait à demander l'annulation d'une de ses AOP, il y aurait fort à parier que sa généricité ne serait jamais effective. Le nom géographique sorti du registre des AOP et IGP pourrait simplement être utilisé librement par des opérateurs économiques, même sans en respecter les usages locaux et constants, inhérents à son mode de production, dès lors que le produit est fabriqué dans la ville d'origine. Quoiqu'il advienne, une nouvelle demande d'enregistrement serait possible [563] à tout moment et ne serait en aucun cas automatiquement rejetée. Les producteurs pourront toujours faire valoir leurs droits et commercialiser leurs produits sous la dénomination enregistrée. En outre, l'idée

[562] Art. L 641-5 du C. rur.

[563] Le motif d'annulation aura ici son importance. Si le nom géographique a été annulé suite à un simple désengagement des opérateurs, par exemple, désireux de s'affranchir des contraintes liées au cahier des charges, il sera toujours possible de protéger derechef le nom. Toutefois, si l'annulation a été prononcée parce que le cahier des charges reposait sur l'utilisation exclusive d'une variété de vigne locale prétendument spécifique au produit et qui a été remplacé par une variété de vigne dépourvue d'une telle spécificité, il va de soi que sa substitution forcée altérerait le lien invoqué avec le terroir. Le point de non-retour aura alors été franchi.

d’une demande d’annulation de l’enregistrement d’une appellation d’origine pour passer en marque collective peut paraître séduisante pour les opérateurs mais impossible dans la pratique, puisqu’il ne peut *a priori* pas y avoir de marques géographiques dans le secteur vitivinicole. Si l’angle d’attaque des producteurs est de faire annuler une dénomination enregistrée pour se tourner vers un système alternatif à celui des appellations d’origine, ils se verront alors confrontés à bon nombre d’obstacles. Ces derniers ne pourront plus utiliser le nom géographique en dehors du vin de France, les noms géographiques n’étant utilisables que pour les produits reconnus en AOP/IGP. La réglementation de l’étiquetage pour les produits vitivinicoles réserve en effet l’utilisation du nom géographique quel qu’il soit (IGP, AOP, dénomination géographique complémentaire, nom de lieu-dit, nom de grandes régions). Au-delà de ces précisions, une annulation pourrait avoir des répercussions commerciales extrêmement pénalisantes pour les productions concernées, si bien que la question de la viabilité économique d’une sortie de l’appellation doit nécessairement se poser tout comme celle de la voie qui défendra au mieux les intérêts des producteurs.

PARTIE 2
LA MARQUE COMME FORME ALTERNATIVE DE PROTECTION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

D'un point de vue purement juridique, la protection des indications géographiques est l'un des sujets majeurs de ce siècle dans le sens où il s'agit de l'une des pierres d'achoppement des négociations au sein de l'OMC, où s'affrontent deux conceptions juridiques diamétralement opposées. Nous avons d'une part les partisans d'une protection *sui generis* (système de l'Union européenne avec une protection de la qualité et du terroir par les AOP et IGP) et d'autre part, les partisans d'une protection fondée sur l'enregistrement de marques (système des Etats-Unis avec notamment les marques de certification). Ces deux modèles peuvent respectivement servir à indiquer l'origine géographique et garantir une certaine qualité des produits. La première approche assure la présence d'un lien entre les caractéristiques spécifiques du produit et son origine géographique par l'intervention de l'autorité publique. C'est donc la loi qui vient garantir la qualité du produit en imposant la rédaction d'un cahier des charges contraignant dont le respect est assuré par un organisme indépendant. Ainsi, seuls les producteurs qui respectent les exigences fixées au cahier des charges peuvent utiliser la dénomination enregistrée. La seconde approche voit le titulaire de la marque définir la qualité du produit, avec la rédaction d'un règlement d'usage. Ainsi, seules les personnes qui respectent ce référentiel peuvent apposer le signe sur leurs produits. Toutefois, même si la garantie d'une qualité est recherchée par les deux modèles, ces derniers diffèrent notamment sur deux points[564]. D'une part, le niveau de qualité n'est pas exigé de la même manière (contrôles et référentiel de qualité différents). D'autre part, alors que la marque revêt plutôt une approche de type « propriété individuelle », l'AOP/IGP implique une approche de protection davantage collective. Ainsi, face à un dualisme de mécanismes de protection, il semble intéressant de s'interroger sur le sens à donner à la perception du signal de qualité des IG sur le marché et donc, à la

[564] « *c'est cette divergence dans la conception des indications géographiques qui est à l'origine du caractère éclaté et partiel des instruments internationaux de protection de ces indications géographiques* » : LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis*, *op. cit.,* pt 44.

stratégie à privilégier pour les producteurs français et européens[565]. Si la marque peut s'avérer être une arme efficace dans un contexte concurrentiel, ce système peut-il être jugé suffisant pour la protection des productions dites typiques[566] [567]?

Puisque l'AOP/IGP et la marque répondent à des définitions et fonctions bien distinctes et appartiennent à des catégories juridiques différentes, il convient dans cette partie de procéder à une analyse comparative de ces deux systèmes de protection dans une logique de passage à la réappropriation par le droit des marques et dans une optique de droit prospectif. L'objectif est de savoir si la marque peut être un outil envisageable et avantageux pour les indications géographiques tant sur le plan juridique qu'économique, si bien qu'il pourrait se substituer à l'AOP/IGP (Chapitre 1). Ensuite, plutôt que de les mettre en contradiction, il s'agira d'appréhender au mieux les interactions qui peuvent exister entre ces deux signes distinctifs. La logique française ayant tendance à opposer l'appellation d'origine à la marque, comme si ces deux notions étaient contradictoires ou, en tout cas, inconciliables, nous verrons dans quelle mesure le cumul des deux dans un contexte international concurrentiel peut se révéler bénéfique, voire nécessaire, dans une recherche de protection juridique supplémentaire et de valorisation accrue des produits sous AOP/IGP (Chapitre 2).

---

[565] « *aussi précis que soient les cahiers des charges et aussi exigeants que soient les contrôles organisés pour en assurer le respect, le savoir-faire et la bonne volonté du producteur feront toujours la différence et le consommateur, déçu ou satisfait, aura toujours le dernier mot* » : BERNAULT (C.), COLLART DUTILLEUL (C.), « Articulation du droit national, communautaire et international des signes de qualité : l'approche européenne », préc.

[566] BOYER-PAILLARD (D.), « Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques », préc.

[567] Notons par ailleurs que le débat ne date pas d'hier. En effet, la Commission européenne avait déjà été consultée quant à l'élaboration d'une nouvelle politique de qualité des produits agricoles. Cela a tout d'abord donné lieu à la publication d'un livre vert sur la « Qualité des produits agricoles : normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité » en 2008 ; puis à une communication sur la politique de qualité en 2009, et enfin à des propositions de règlements en 2010. Les réponses apportées étaient, de manière générale, plutôt favorables à un maintien de la protection européenne des indications d'origine, sous réserve d'une simplification et une harmonisation des systèmes existants (vins, spiritueux et autres produits), alors même que certains y voyait une volonté des autorités d'inciter « *les producteurs à utiliser davantage les marques et moins les indications géographiques* ». GADBIN (D.), « Le système communautaire des indications géographiques, rattrapé par le droit des marques : la Commission consulte », art. cit. Toutefois, en dépit des objectifs annoncés, le résultat est très loin de l'ambition affichée, la proposition venant simplement préciser certaines mesures tant sur le plan formel que sur le plan substantiel. BOIZARD (M.), « La protection du patrimoine culturel sous l'angle des droits français et de l'Union des indications géographiques et des appellations d'origine protégées : état des lieux et perspectives », in *Revue juridique de l'Ouest*, n° Spécial 2012-1, Environnement et patrimoine culturel. Approche comparée : droits brésilien, français et de l'Union européenne, pp. 27-40.

CHAPITRE 1
Les relations difficiles entre l'AOP/IGP et la marque

Si les AOP/ IGP ou marques sont des signes distinctifs qui servent tous deux à indiquer une provenance et à garantir les caractéristiques spécifiques d'un produit, leur régime juridique diffère. En effet, l'AOP/IGP ne peut pas faire l'objet d'une appropriation privée alors que la marque confère un monopole d'exploitation à son titulaire. Contrairement à la marque ordinaire, qui adopte une approche de « propriété individuelle », les marques dites « collectives » permettent – à l'instar d'une AOP/IGP – de fédérer différentes entreprises autour d'une même bannière tout en leur faisant bénéficier d'une notoriété et d'une image communes dans l'esprit du consommateur. Elles se sont d'ailleurs révélées être un instrument efficace pour la commercialisation et la promotion de produits locaux ayant des caractéristiques spécifiques[568]. Notons qu'il existe deux types de catégories de marques utilisées de manière collégiale[569] : les marques collectives qui indiquent que les produits proviennent d'un certain groupement de producteurs membres et les marques de certification qui garantissent que les produits possèdent telles ou telles caractéristiques. De manière générale, les marques collectives sont exploitées aux côtés de marques individuelles, tel un « label de qualité », ce qui permet de différencier les produits désignés de ceux de la concurrence, de les valoriser par un

[568] Les consultations et évaluations qui ont été menées en vue d'une refonte de la directive 2008/95/CE (JOUE L 299 du 8.11.2008, p. 25–33) du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques ont révélé que les marques collectives constituaient « *un instrument efficace pour la promotion de produits ou de services ayant des propriétés particulières communes* ». Dir. (UE) 2015/2436 du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des États membres sur les marques (JOUE L 336 du 23.12.2015, p. 1–26), pt 35. Voir Commission européenne, Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, « Vers un marché unique des droits de propriété intellectuelle Doper la créativité et l'innovation pour permettre à l'Europe de créer de la croissance économique, des emplois de qualité et des produits et services de premier choix », 24 mai 2011, COM(2011) 287 final, 29 p. Disponible en ligne : https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0287:FIN:FR:PDF

[569] Cette distinction existe au Royaume-Uni avec la « collective mark » et la « certification mark », mais également aux États-Unis. Environ 1 000 marques de certification ont été enregistrées aux États-Unis pour couvrir un nom géographique : GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, préc. Pour une étude approfondie du système des marques aux Etats-Unis, voir LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques en France, dans la Communauté européenne et aux États-Unis,* préc. Cette distinction existe également en Chine, où la marque de certification peut garantir une origine géographique. SONG (X.), « La protection cumulative des indications géographiques par le droit sui generis et par le droit des marques en Chine », *Propriété industrielle,* n°5, Mai 2018, étude 15.

rattachement au territoire dont ils sont issus et/ou de bénéficier d'un nom plus réputé. Dans ce chapitre, nous nous attacherons à étudier plus particulièrement ces marques[570] dans la mesure où leur spécification permet en outre d'inclure des références géographiques[571]. Cependant, alors même que la marque collective semble être amenée à occuper une place importante dans les prochaines années[572], cette dernière ne semble pas séduire les producteurs européens, très certainement en raison du fait que ses contours sont mal définis et qu'il subsiste nombre d'incertitudes quant à son fonctionnement[573]. Les deux instruments de protection proposés sont tous deux des droits destinés à être utilisés de manière collective par des opérateurs qui respectent des normes communes préétablies. On parle alors de « signes distinctifs à usage collectif ». Mais l'existence d'un système de protection des AOP et IGP parallèlement aux dispositions mises en place dans le domaine des marques commerciales s'avère être source de confusion, d'autant plus que le droit en la matière a sensiblement évolué, complexifiant encore davantage leurs relations.

La présente étude se propose d'aborder le sujet selon une approche comparative. D'une part, une fois que nous aurons appréhendé le régime des marques de nature collective, nous verrons dans quelle mesure les évolutions récentes du droit de l'Union européenne permettent de clarifier la qualification de ces droits en concurrence et le régime juridique des conflits entre ces deux signes distinctifs (Section 1). D'autre part, nous étudierons l'enchevêtrement des normes en matière de protection des IG et de marques dans l'Union européenne qui donne lieu à une jurisprudence aussi abondante que récurrente, notamment en ce qui concerne le droit à prioriser (Section 2).

---

[570] Ces marques suscitent toutefois peu d'intérêt auprès des opérateurs en Europe, très certainement en raison du fait que leurs contours soient mal définis et qu'il y ait des incertitudes quant à leur fonctionnement. LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.,* pt 77 et s.

[571] L'étude de la marque individuelle ne semble pas pertinente pour tenter de résoudre la problématique exposée dans l'introduction générale, puisque, étant un droit de propriété absolu et exclusif, une marque individuelle qui contient des termes géographiques choisis arbitrairement peut prêter à confusion quant à la véritable origine du produit et n'offre aucune garantie quant à la qualité des produits. FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Steirisches Kürbiskernöl : l'usage de marques consistant en des indications géographiques protégées », *Propriété industrielle* n° 1, Janvier 2020, comm. 3.

[572] BINCTIN (N.), « Maque collective et marque de garantie – Ordonnance et décret d'application issus de la transposition du « Paquet Marques », *Communication – Commerce électronique*, n° 5, Mai 2020.

[573] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.*, pt 77 et s.

Section 1. Des difficultés de rapprochement doctrinal

A l'instar d'une AOP, la stratégie de regroupement par le biais de la marque collective peut constituer un outil permettant aux producteurs de surmonter certains obstacles tels que l'isolement sur le marché, le manque de visibilité, la recherche d'un apport qualitatif, etc. La marque collective peut également constituer un outil efficace de protection des dénominations géographiques dans les pays sans législation spécifique sur les dénominations géographiques[574] (§1). Pourtant, la réalité de la pratique semble toute autre car ces deux signes distinctifs que sont l'AOP et la marque collective visent des objectifs distincts et ne sauraient se confondre dans la mesure où leur statut juridique est différent (§2). Privilégier l'un ou l'autre nécessite de bien les comprendre respectivement, cette première section vise à présenter ces signes successivement.

§1. Le dépôt d'une marque de nature collective, un substitut à la protection des AOP/IGP

Afin d'apprécier le rôle du régime des marques collectives et des marques de certification dans la protection des indications géographiques, il convient d'en appréhender leur nature. De nombreuses similitudes existent entre ces deux catégories de marques même si leur fonctionnement respectif présente quelques particularités que nous étudierons ici. Une fois que nous aurons étudié les particularités respectives de ces deux catégories de marques (A), il conviendra de déterminer dans quelle mesure l'une ou l'autre peut être exclusivement constituée d'un nom géographique (B) dans l'éventualité où les opérateurs souhaitent utiliser ce mécanisme de protection pour leurs produits.

[574] L'OMPI voit même cet outil comme une solution alternative au cadre juridique français et européen, notamment lorsque les conditions d'enregistrement d'une AOP ou d'une IGP ne sont pas remplies. Voir : http://www.wipo.int/sme/fr/documents/collective_mark.htm

A. Les caractéristiques propres aux marques collectives et aux marques de certification

Jusqu'à récemment[575], le législateur européen n'avait légiféré que sur la marque communautaire collective et aucune distinction n'avait encore été établie au niveau européen. L'impact de la réforme récente du droit des marques sur ce point est significatif, le « paquet marques » venant combler cette lacune. En effet, la réglementation européenne vient compléter les règles existantes quant au régime de la marque collective et ajouter des dispositions spécifiques pour celle de la marque de certification (1). Chacune des deux marques se voient désormais doter d'un régime juridique propre (2).

1. Une harmonisation et l'avènement de la marque de certification

Le nouveau règlement (UE) 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne (RMUE) apporte des éclaircissements quant au régime des marques collectives de l'Union européenne et introduit la marque de certification de l'Union européenne, à l'instar de la marque collective de certification connue dans la législation française. Les textes juridiques européens définissent d'une part la marque collective de l'Union européenne comme « *les marques de l'Union européenne ainsi désignées lors du dépôt et propres à distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises* »[576]. D'autre part, la marque de certification de l'Union européenne est « *une marque de l'Union européenne ainsi désignée lors du dépôt et propre à distinguer les produits ou services pour lesquels la matière, le mode de fabrication des produits ou de prestation des services, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques, à l'exception de la provenance géographique, sont certifiés par le titulaire de la marque par rapport aux produits ou services qui ne bénéficient pas d'une telle*

[575] Bien qu'il prévoyait des dispositions spécifiques aux marques communautaires collectives, l'ancien règlement (CE) n°207/2009 demeurait silencieux quant à une éventuelle fonction de certification de celles-ci. Art. 66 §1 du règlement (CE) n°207/2009 : « *Peuvent constituer des marques communautaires collectives les marques communautaires ainsi désignées lors du dépôt et propres à distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises (…).* »

[576] L'article 74 §1 du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil du 14 juin 2017 sur la marque de l'Union européenne (JOUE L 154 du 16 juin 2017, p. 1–99) reprend les termes utilisés à l'article 66 du règlement (CE) n°207/2009 pour définir la « marque communautaire collective ».

certification »[577]. L'Union européenne connaît désormais le système des marques de certification[578]. Il s'agit ici d'un nouveau type de marque collective prévu dans le système des marques et qui a pour objet de certifier certaines caractéristiques, dont peut bénéficier tout ressortissant d'un Etat membre de l'Union européenne[579], sous réserve de respecter les conditions prévues dans la réglementation. Elle permet en outre une protection sur l'ensemble du territoire européen. Bien que le régime juridique de la marque de certification semble similaire à celui applicable à la marque communautaire collective, un ensemble de règles spécifiques a été instauré depuis le 1er octobre 2017. Ce régime juridique est quasi-identique notamment en qui concerne le rejet de la demande, l'exercice de l'action en déchéance, des motifs de déchéance supplémentaires, la cession limitée pour la marque de certification ou l'action en contrefaçon encadrée pour la marque de certification.

Contrairement à la France [580] et jusqu'à peu, certains Etats membres n'opéraient pas de réelle distinction entre les deux types de marques collectives[581]. Dans un souci d'uniformisation des systèmes dans toute l'Union, la directive (UE) 2015/2436 issu du « paquet marques » fait l'objet d'une transposition par chacun des Etats membres. Pour autant, bien qu'elle oblige les Etats membres à prévoir l'existence de marques collectives au niveau national, elle les laisse libres de prévoir l'enregistrement d'une marque de certification au niveau national[582] et leur permet

[577] Art. 83 §1 du règlement (UE) 2017/1001.

[578] Depuis le 1er octobre 2017, date d'entrée en vigueur dudit règlement. Avant cette modification, les marques de certification ne pouvaient être protégées qu'en tant que marques de l'Union européenne. Pt 25 du règlement (UE) 2015/2424 : « *Pour compléter les dispositions existantes relatives aux marques communautaires collectives et corriger le déséquilibre actuel entre les systèmes nationaux et le système de la marque de l'Union européenne, il est nécessaire d'ajouter une série de dispositions spécifiques visant à protéger les marques de certification de l'Union européenne, qui permettent à un institut ou organisme de certification d'autoriser les adhérents au système de certification à utiliser la marque en tant que signe pour des produits ou services satisfaisant aux critères de certification* ».

[579] Art. 83 §2 du règlement (UE) 2017/1001 : « *Toute personne physique ou morale, y compris les institutions, autorités et organismes de droit public, peut déposer une marque de certification de l'Union européenne pourvu que cette personne n'exerce pas une activité ayant trait à la fourniture de produits ou de services du type certifié* ».

[580] Depuis 1991, le CPI distingue la marque collective dite « simple » de la marque collective de certification, soumise à un régime plus strict. C. BUHL, *Le droit des noms géographiques*, Ed. Litec, Coll. du C.E.I.P.I, 1997, 453 p.

[581] Jusqu'alors, nombre d'Etats membres n'établissaient en effet pas de réelle distinction entre la marque collective et la marque de certification. Certains Etats membres prévoient cette distinction, tels que l'Espagne avec la « marca colectiva » et la « marca de garantía » ou l'Italie où les marques collectives et les marques de garantie ou de certification sont regroupées dans la seule et même catégorie de « marque collective ».

[582] Art. 29 §1 de la dir. : « *Les États membres prévoient l'enregistrement de marques collectives* ». ; Art. 28 §1 de la dir. : « *Les États membres peuvent prévoir l'enregistrement de marques de garantie ou de certification* » ;

d'enregistrer des marques géographiquement descriptives. Ainsi, une marque de certification européenne peut être déposée dans un pays qui ne prévoit pas lui-même l'enregistrement d'une telle marque. En France, en application de l'article 201 de la « Loi PACTE »[583], l'Ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services[584] vient considérablement modifier le Code de la propriété intellectuelle[585]. Il convient ici de préciser qu'il s'agit de la réforme la plus importante dans le domaine de la protection et de la défense des marques depuis la loi de 1991 transposant la directive de 1988. Parmi les modifications principales, deux régimes juridiques distinctifs sont désormais envisagés dans la législation française : l'un réservé aux marques collectives[586], l'autre aux marques de garantie[587]. Les articles L 715-6 à L 715-10 du Code de la propriété intellectuelle prévoient désormais le régime de la marque collective. Ce dernier est aligné sur celui de la marque collective de l'Union européenne, à l'exception de la dérogation spécifique au motif absolu de refus tiré de l'exigence de distinctivité des signes susceptibles de désigner, dans le commerce, la provenance géographique des produits et services. La marque « collective de certification » disparaît quant à elle au profit de la marque « de garantie », dont le régime juridique est prévu aux articles L 715-1 à L 715-5 du même Code. Ces règles sont proches de celles prévues pour la marque de certification européenne[588], et plus particulièrement en ce qui concerne les motifs de nullité et de déchéance spécifiques liés à cette catégorie de marques, à l'exception de la dérogation à l'exigence de distinctivité des signes susceptibles de désigner l'origine des produits et services visés[589].

---

[583] C'est la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises - loi dit « PACTE » - qui transpose en droit interne la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2015 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques.

[584] JORF n°0264 du 14 novembre 2019.

[585] RIGAUD (S.), MONTEIRO (J.), « Transposition du « Paquet marques » et réforme du Code de la propriété intellectuelle », *La Semaine Juridique Edition Générale n° 52*, 23 décembre 2019, 1358. Sur la question de la transposition du « paquet marques » en Italie, voir GELATO (P.), « Le nouveau paquet marques : première lecture de la transposition en Italie », *Propriété industrielle n° 1*, Janvier 2020, étude 2.

[586] Art. L 715-6 al. 1 du CPI : « *Une marque collective est une marque ainsi désignée lors de son dépôt et propre à distinguer les produits ou les services des personnes autorisées à l'utiliser en vertu de son règlement d'usage* ».

[587] Art. L 715-1 al. 1 du CPI : « *Une marque de garantie est une marque ainsi désignée lors de son dépôt et propre à distinguer les produits ou les services pour lesquels la matière, le mode de fabrication ou de prestation, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques sont garantis*. »

[588] Art. 27 à 36 de la directive (UE) n°2015/2436.

[589] Sur la question de la procédure de « mise en conformité » des marques collectives, voir BINCTIN (N.), « Mise en conformité des marques collectives et des marques collectives de certification », *Propriété industrielle n° 7-8*, Juillet 2020, comm. 45.

2. Le régime juridique de la marque de nature collective

Comme évoqué précédemment, la marque collective et la marque de certification sont des signes qui sont en principe utilisés pour désigner une ou plusieurs caractéristiques communes de produits ou services provenant d'entreprises différentes. Ces dernières sont tenues de respecter des normes - et dans le cas de la marque de certification, des normes certifiées - écrites dans un règlement d'usage et de contrôle établi par le titulaire enregistré. Leur protection relève du droit des marques. Aussi, elles ont en commun qu'elles n'indiquent pas l'origine des produits ou services désignés, dans la mesure où elles ne permettent pas de distinguer les entreprises qui les commercialisent. La marque collective ne doit toutefois pas être confondue avec la marque de certification, qui remplit, elle, une fonction de garantie[590]. La qualification de ces signes s'apprécie au regard des conditions réelles d'exploitation. Il est essentiel de bien identifier leur nature et leurs conditions d'exploitation futures au moment du dépôt, sous peine de voir les marques requalifiées par les tribunaux[591], voire annulées.

Compte tenu de leur nature spécifique, ces deux catégories de marques doivent remplir certaines conditions pour être enregistrées. L'enregistrement d'une marque collective est conditionné par deux critères de validité : d'une part, elle doit être désignée en tant que telle lors du dépôt[592] et, d'autre part, la demande doit être accompagnée du règlement d'usage dans un délai de deux mois à compter de la date de dépôt[593]. Le règlement d'usage détermine les conditions auxquelles leur emploi est subordonné [594]. Notons que ces deux catégories de marques se distinguent d'ailleurs des marques individuelles par l'existence de ce référentiel homologué. Le dépôt d'une marque collective doit être effectué par une association de fabricants, de producteurs, de commerçants, de prestataires de services, ou une

[590] FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Gözze : marques de certification et fonction essentielle », *Propriété industrielle,* n° 9, Septembre 2017, alerte 52.
[591] Exemple : CA Paris, 13 mars 2015, n° 14/12664, concernant la nature de la marque figurative « Logis de France ».
[592] Art. 74 §1 et art. 83 §1 du règlement (UE) 2017/1001.
[593] Art. 75 §1 et art. 84 §1 du règlement (UE) 2017/1001. L'absence du règlement d'usage au moment du dépôt conduit à l'annulation de la marque : PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit.,* pt 516.
[594] MARIE (A.), « Marques collectives, marques de certification et règlement d'usage », *Communication Commerce électronique n° 5*, Mai 2019, prat. 7.

personne morale relevant du droit public (si leur organisation est similaire à celle d'une association)[595]. La marque est gérée par les membres de cette association[596]. En outre, la demande doit être complétée par un règlement d'usage établi par le déposant, qui définit les conditions d'affiliation à l'association, soit des dispositions minimales, expliquant le processus pour devenir membre du groupe d'utilisateurs[597]. Les conditions d'usage de la marque, y compris les sanctions en cas de manquement peuvent aussi y être mentionnées. Il s'agit ici d'un référentiel soumis à l'adhésion de l'ensemble des membres du groupement qui souhaite utiliser la marque en question. L'usage de la marque est soumis aux conditions prévues par le règlement d'usage et est ainsi limité aux utilisateurs autorisés par l'association[598], cette dernière ayant la possibilité de rejeter les demandes d'adhésion soumises. Cette marque permet de distinguer les produits offerts par les membres du groupe de ceux proposés par les non-membres[599]. Le règlement peut aussi contenir des caractéristiques particulières que doivent présenter les produits ou services, afin de les distinguer des autres produits ou services ne comportant pas la marque. Ces caractéristiques peuvent se rapporter au mode de fabrication, à la qualité, aux matériaux employés, ou à tout autre aspect. Sans que cela ne soit pour autant une nécessité. Outre les conditions citées précédemment, le règlement de la marque de certification doit quant à lui inclure la déclaration du demandeur attestant qu'il n'exerce pas d'activité ayant trait à la fourniture des produits ou des services du type certifié[600], les critères des produits ou services à certifier et la manière dont ces critères sont vérifiés et surveillés. Il s'agit ainsi d'une sorte de cahier des charges homologué, accompagné d'un système de contrôle. La différence avec la marque

[595] Art. 74 §1 du règlement (UE) 2017/1001. Ils peuvent être concurrents : CJUE, 12 décembre 2019, *Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH C/ EUIPO*, aff. C-143/19 P (ECLI:EU:C:2019:1076), pt 54.

[596] A titre d'illustration, le nom « Parmigiano Reggiano » sous forme de logo ainsi qu'une étiquette comportant ledit nom sont protégées en tant que marques collectives et sont gérées par le *Consorzio del Parmigiano Reggiano* qui est le groupement de producteurs de Parmigiano Reggiano. Voir l'Annexe 4 - I pour d'autres exemples de marques collectives enregistrées auprès de l'EUIPO.

[597] Art. 75 §2 du règlement (UE) 2017/1001.

[598] Art. 78 du règlement (UE) 2017/1001.

[599] Il s'agit « *d'un moyen pour un groupement de producteurs de permettre à ses adhérents de signaler leur appartenance à ce groupement et de promouvoir leurs produits ou services par une publicité collectives* ». POLLAUD-DULIAN (F.), *Droit de la propriété industrielle*, Domat Droit privé, Montchrestien, 1999, p. 700.

[600] Art. 84 §2 du règlement (UE) 2017/1001, complété par l'article 17 du règlement d'exécution (UE) 2017/1431 de la Commission du 18 mai 2017 établissant les modalités d'application de certaines dispositions du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil sur la marque de l'Union européenne (JOUE L 205 du 8.8.2017, p. 39–58).

collective réside dans l'indépendance du contrôle exercé sur son usage[601]. En effet, le dépôt d'une marque de certification doit être effectué par une personne morale indépendante[602], qui doit respecter un devoir de neutralité[603]. En d'autres termes, elle ne peut pas commercialiser les produits ou services qu'elle a elle-même certifiés. Cette règle est légitime si l'on considère la nécessaire impartialité du titulaire qui sera aussi celui qui coordonne les contrôles de conformité. Ainsi, seul un organisme certificateur indépendant, qui n'est ni fabricant, ni importateur, ni vendeur des produits ou services désignés, peut déposer une marque de certification[604]. Par ailleurs, cette catégorie de marque est fréquemment exploitée pour des organismes publics ou des associations de producteurs[605], puisqu'elle a pour objectif principal, la protection du consommateur. L'usage de la marque en tant que signe est autorisé à toute personne qui se conforme au règlement d'usage établi par le titulaire, soit un adhérent au système de certification, dont les produits ou services satisfont aux critères de certification.

Il convient de préciser que même si le législateur européen dans la directive (UE) 2015/2436 laisse le choix aux Etats membres de prévoir que la marque de garantie ou de certification ne soit enregistrée que si le demandeur est compétent pour certifier les produits et services visés par la marque, cette option n'a pas été retenue en France car elle n'est pas conforme à la législation française. Alors que l'article 83 §1 du RMUE précise que les produits ou services désignés doivent être « *certifiés par le titulaire de la marque par rapport aux produits ou services qui ne bénéficient pas d'une telle certification* », la législation française mentionne uniquement que les produits ou services doivent être garantis[606]. Seuls les caractères des produits ou services désignés et les conditions de contrôle sont

[601] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*., pt 519.
[602] Art. 83 §2 du règlement (UE) 2017/1001.
[603] FONTAINE (B.), PACAUD (N.), « Rencontre du troisième type : la marque de certification de l'Union européenne », *Propriété intellectuelle* n°11, Novembre 2017, étude 28.
[604] TRÉFIGNY (P.), « L'usage de la marque, sa qualification et sa portée... », Propriété industrielle n° 11, Novembre 2014, comm. 75. Voir aussi KALINDA (F.-X.), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement,* préc., pt 345.
[605] A titre d'illustration, le nom « Woolmark » est une marque de certification qui garantit que les produits sur lesquels il est apposé sont en pure laine. Cette marque appartient à appartient à Wool Innovation Limited, société australienne à but non lucratif. La marque Normapack concerne quant à elle une norme pour les matériaux et objets en plastique destinés à entrer en contact avec les aliments. Voir l'Annexe 4 - II pour d'autres exemples de marques de certification enregistrées auprès de l'EUIPO.
[606] Art. L 715-1 al.1 du CPI.

indiqués dans le règlement d'usage d'une marque de garantie[607]. A défaut de transposition de cette règle de certification, le consommateur risque d'être induit en erreur sur le produit ou le service désigné par la marque étant donné que les règles d'un Etat à l'autre ne sont pas les mêmes.

Une fois enregistrées, ces deux catégories de marques sont protégées contre tout usage de signes identiques ou similaires pour des produits ou services similaires, dès que le titulaire de ladite marque n'a pas consenti à cet usage et que celui-ci risque de créer une confusion dans l'esprit du public.

B. La marque collective incluant un terme à caractère géographique

L'évolution du droit des marques de l'Union européenne, notamment à travers le « paquet marques », a privilégié la marque collective en vue de protéger un signe servant à désigner une provenance géographique (1). Alors que le régime des marques de certification se rapproche davantage de celui des AO, le législateur ne permet pas cette mise en concurrence directe (B).

1. La marque géographique collective

L'accès des marques collectives aux indications géographiques est expressément autorisé par le système européen. Le RMUE prévoit la validité des marques collectives de l'Union européenne pouvant servir dans le commerce à désigner la provenance géographique des produits ou services[608]. L'admission des marques collectives géographiquement descriptives représente une dérogation à l'article 7, paragraphe 1, point c) dudit règlement. Ce dernier énumère les motifs absolus de refus et sanctionne par un rejet à l'enregistrement les marques composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique du produit ou de la prestation du service. La marque collective peut ainsi se constituer d'un nom géographique simple ou complexe (associé d'un élément figuratif ou semi-figuratif) indiquant l'origine du

[607] Le contenu du règlement d'usage, tant de la marque de garantie que de la marque collective, devant être fourni au jour du dépôt de la marque en cause sera précisé par décret en Conseil d'Etat.
[608] Art 74 §2 du RMUE.

produit ou service. Cette possibilité n'est restreinte qu'aux marques collectives[609]. Cette dérogation doit être interprétée strictement. A titre d'illustration, la marque verbale « TXAKOLI » a été refusée pour désigner le vin « Txakoli (chacolí) » et des services associés, car même si le terme « Txakoli » est une mention en relation avec les vins couverts par les AOP « Txacoli de Alava », « Txacoli de Bizkaia » et « Txacoli de Getaria », elle ne constitue pas une indication de provenance géographique au sens strict[610].

La validité d'une marque collective est en principe soumise aux conditions de droit commun. D'une part, la marque doit être distinctive[611]. Autrement dit, une marque ne peut être descriptive ; les produits désignés doivent se distinguer de ceux de la concurrence. Mais comment apprécier la distinctivité d'une marque collective composée exclusivement d'un nom géographique ? L'exception à l'application de l'article 7, paragraphe 1, point c) dudit règlement vient lever cette exigence de distinctivité, alors qu'une marque descriptive d'une caractéristique du produit ou service, telle que la provenance géographique, doit en principe être refusée. Cela ne signifie pas pour autant que le nom géographique est monopolisé par ce dépôt de marque collective. D'ailleurs, la réglementation européenne impose – dans cette hypothèse - que son règlement d'usage doit autoriser de manière explicite toute personne dont les produits ou services proviennent de la zone géographique concernée, à devenir membre de l'association titulaire de la marque[612]. En outre, la portée de ladite marque est limitée dans la mesure où son titulaire ne saurait interdire à un tiers d'utiliser dans le commerce les signes ou indications géographiques compris dans la marque[613]. Une telle marque ne peut être opposée à un tiers habilité

[609] Décision de la 1e ch. rec. de l'EUIPO du 7 mars 2006 dans l'affaire R 1073/2005-1, concernant la demande de marque communautaire n°3 424 521 au nom du Consejo Regulador del Tequila, A.C. A la suite du rejet de sa demande de marque communautaire verbale individuelle TEQUILA, le Consejo Regulador del Tequila a procédé à un nouveau dépôt de la marque verbale TEQUILA mais cette fois-ci comme marque collective. Cette dernière a été enregistrée sous le n° 4 867 263 le 26 février 2008.

[610] TUE, 17 mai 2011, *Consejo regulador de la denominacion de origen Txakoli de Alava et a. c/ OHMI*, aff. T-341/09 (ECLI:EU:T:2011:220), pts 26 et s.

[611] Art. 7 §1 b) du RMUE.

[612] Art. 75 §2 du RMUE.

[613] Art. 74 §2 du RMUE. A titre d'illustration, l'Union des Professionnels du Savon de Marseille a enregistré une marque collective semi-figurative au niveau européenne (n° 12 787 404) et au niveau national (n° 3 889 623) accompagnée d'un règlement d'usage définissant les conditions d'utilisation du signe déposé. Toutefois, une simple recherche sur la base de données de l'INPI démontre qu'une quarantaine de marques sont protégées en France et en Europe, sans que ces signes n'apportent la moindre garantie sur le lieu ou leur mode de fabrication. A noter que la dénomination « Savon de Marseille » ne bénéficie pas d'une protection en tant qu'AOP ou IGP. Autre exemple avec le célèbre verre de Murano enregistré en tant que marque collective figurative « VETRO ARTISTICO MURANO » (n° 481812). Voir Annexe 4 - III.

à utiliser une dénomination géographique[614]. D'autre part, la marque ne doit pas être déceptive[615][616], c'est-à-dire qu'elle ne doit pas être de nature à tromper le public[617], ou descriptive de la provenance du produit[618]. Si elle mentionne une indication géographique enregistrée, elle devra alors expressément désigner des produits qui respectent le cahier des charges de l'indication en question[619]. Toutefois, si le nom géographique apparaît comme étant un nom de fantaisie ou, du moins, indépendant des produits et/ou services désignés, peut *a priori* constituer un signe distinctif susceptible de protection au titre du droit des marques[620], étant donné que le public ne peut établir de lien avec le produit et/ou service désigné par la marque.

En ce qui concerne le droit français[621], le régime de la marque collective est aligné sur celui de la marque collective de l'Union européenne conformément au considérant 35 de la directive, à l'exception de la dérogation à l'exigence de distinctivité concernant les signes susceptibles de désigner, dans le commerce, la

[614] Art 74 §2 du RMUE.

[615] Cet anglicisme formé à partir du verbe « to deceive » sera utilisé dans cette étude.

[616] Exemple avec la marque « Brazil » pour des cafés en provenance d'autres pays : CA Paris, 16 juin 1988, D 1989, p. 282, note J. R. GUSMAO.

[617] Exemple de la marque Bel'Morteau qui a été jugée déceptive pour désigner des saucisses fumées ne provenant pas de Morteau (Cass. Com., 30 novembre 2004, n°02-13561). A l'inverse, la marque « TORRA BIERE DU MAQUIS » pour une bière brassée au Nord de la France a été jugée valable, car elle ne portait pas confusion dans l'esprit du consommateur (Cass. Com., 12 décembre 2006, n°03-20.080). Voir BOUCHE (N.) « La déchéance de la marque devenue déceptive », RJDA 2002. p. 183 ; BOST (K.), « La tromperie en droit des marques », *Propriété industrielle n° 11,* Novembre 2020, étude 25.

[618] CA Paris, 19 novembre 1971, D. 1973, p. 90 : à propos de la marque « Fraises de Plougastel » pour des sucreries.

[619] CA Paris, 15 décembre 1993, préc. : JCP, E, 1994, II, 540 note Pollaud-Dulian : à propos de la marque « Champagne » pour un parfum. Autres exemples : la marque « Rouge amour » déposée par la Coopérative de Vaucluse a été refusé par l'INPI car elle faisait référence à la commune et au cru de Saint-Amour en Beaujolais : RICARD (D.), RIEUTORT (L.), « Les processus récents de valorisation de la qualité et de l'origine des produits agroalimentaires : marques territoriales ou labels ? », in M. FOURNIER (sous la dir.), *Labellisation et mise en marque des territoires*, Presses Universitaires Blaise Pascal, CERAMAC 34, 2014, p. 13-36. Voir aussi CARON (C.), « Déceptivité pour amateurs de cigares et de vins », *Communication Commerce électronique n° 1,* Janvier 2008, comm. 4.

[620] CA Paris, 22 octobre 1979 : P.I.B.D. 1980, lll, 5. : pour la marque AOSTE pour désigner des viandes et des salaisons. FOURGOUX-JEANNIN (M.-V.), « Indication géographique et droit des marques. Conflits et combinaisons », *Revue de droit rural*, n°237, Novembre 1995. Exemple plus récent : CJUE, 6 septembre 2018, *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV c/ EUIPO*, aff. C-488/16 P (ECLI:EU:C:2018:673). La Cour confirme les décisions rendues par le TUE (aff. T-167/15 et R 28/2014) et conclu que la marque de l'Union européenne NEUSCHWANSTEIN est un nom de fantaisie qui permet au public pertinent par son apposition de distinguer les produits et services désignés de ceux vendus ou fournis dans d'autres espaces touristiques ou commerciaux (pt 69). Autres exemples : Mont Blanc, Canigou, Zanzibar pour du parfum (TGI Paris, 25 avril 2003, PIBD n°767-III-348) ou Port Louis pour des produits textiles (TPICE, 15 octobre 2008, *Rewe-Zentral AG c/ OHMI*, aff. T-230/06 (ECLI:EU:T:2008:443).

[621] BINCTIN (N.), « Maque collective et marque de garantie – Ordonnance et décret d'application issus de la transposition du « Paquet Marques », préc.

provenance géographique des produits ou des services. Ce texte dérogatoire au droit commun permet aux Etats membres d'autoriser l'enregistrement de signes géographiques, tels que les AOP ou IGP, à titre de marque collective. Cette option proposée par la directive n'a pas été retenue par le législateur français afin d'éviter toute confusion avec la protection accordée aux appellations d'origine et aux indications géographiques[622]. L'article L 711-2, 3° du Code la propriété intellectuelle exclut en outre de l'enregistrement toute marque composée exclusivement d'éléments ou d'indications pouvant servir à désigner, dans le commerce, la provenance géographique. Par conséquent, une dénomination géographique peut être enregistrée à titre de marque, sous réserve de respecter les conditions de droit commun prévues au Code de la propriété intellectuelle[623]. Le critère de « caractère distinctif » applicable aux marques individuelles s'applique par conséquent aux marques collectives. C'est la raison pour laquelle une dénomination géographique ne peut être enregistrée seule et s'insère toujours au sein d'une marque complexe, autrement dit : associée à un signe distinctif. A titre d'illustration, la marque collective complexe incluant l'appellation d'origine « Châteauneuf-du-Pape » et les autres éléments figuratifs, à savoir les armes pontificales, est valable[624]. La combinaison de ces éléments permet ainsi au consommateur d'associer la marque aux vins des membres du Syndicat des propriétaires viticulteurs de Châteauneuf-du-Pape[625].

2. Marque de certification ou appellation d'origine : une véritable alternative ?

Alors que le législateur européen dans la Directive (UE) 2015/2436 laisse le choix aux Etats membres d'autoriser ou non l'enregistrement de marques collectives et de marques de certification géographiquement descriptives [626], le RMUE ferme expressément l'accès des marques de certification aux indications géographiques. Ainsi, seule la marque collective peut désigner la provenance géographique des produits ou des services. Cette décision est pour le moins regrettable, puisque,

[622] Rapport au Président de la République relative à l'ordonnance 2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services, JORF n°0264 du 14 novembre 2019, texte n° 11. Disponible en ligne : https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000039373262/

[623] Art. L 715-9 §1 du CPI.

[624] Voir les marques complexes (française, européenne et internationale) déposées par le Syndicat des Vignerons de l'AOC Châteauneuf-du-Pape à l'Annexe 4 - IV – A.

[625] Cass. Com., 21 septembre 2004, *Syndicat intercommunal de défense viticole et de l'AOC Châteauneuf du pape*, n° 02-15.435 : JurisData n° 2004-024932.

[626] Art 29 §3 et 28 §4 de la directive (UE) 2015/2436.

comme le souligne à juste titre B. Fontaine, « *tant qu'à considérer que des marques de l'Union européenne peuvent consacrer des signes descriptifs de l'origine géographiques de produits et services, autant favoriser le recours à la marque de certification, dont le cadre juridique et notamment la fonction essentielle seraient plus adaptées* »[627]. Nul doute qu'une marque de certification soit en mesure d'informer les consommateurs que les produits désignés présentent certaines caractéristiques liées à leur lieu d'origine qui peuvent être certifiées. Le lien spécifique avec un terroir peut même être inscrit dans le règlement d'usage de ladite marque. Son système de contrôle des produits en fait d'ailleurs l'instrument le plus proche du système européen des AOP et IGP[628]. Force est de constater que le législateur n'a pas souhaité mettre en place un système de certification concurrent[629], d'une part car, les AOP et les IGP bénéficient déjà d'une protection spécifique et, d'autre part, car elles peuvent faire l'objet d'une protection par le biais d'une marque collective. Par ailleurs, alors que le régime des marques collectives françaises vise à être aligné sur celui de la marque collective de l'Union européenne, cette option d'exception à l'exigence de distinctivité n'a pas non plus été retenue pour les marques de garantie, afin d'éviter tout risque de confusion avec la protection accordée aux AOP et IGP. Cela signifie-t-il pour autant que ces marques ne peuvent pas inclure de références géographiques ?

Au niveau européen, l'article 83 du RMUE ne permet pas l'enregistrement d'une marque de certification de l'Union européenne dans le sens où cette dernière serait perçue par le public pertinent comme ayant un rapport avec la provenance géographique du produit ou du service concerné[630]. Afin d'être certifiée par le titulaire, la marque de certification doit contenir des caractéristiques telles que – sans que cette liste soit exhaustive - la matière, le mode de fabrication ou la prestation, la

[627] L'accès des indications géographiques aux marques de certification a longuement été débattu dans le cadre de cette réforme. FONTAINE (B.), « L'opposabilité des indications géographiques dans le système de la marque communautaire : une course d'obstacles ? », *Propriété industrielle*, n°12, Décembre 2014, étude 26.

[628] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit*, pt 90 et s. Voir aussi BAHANS (J.-M.), *La réforme du droit des appellations d'origine*, in CERDAC-CAHD, *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : Histoire et actualités du droit*, Bordeaux, Ed. Féret, 2008.

[629] BAHANS (J.-M.), *La réforme du droit des appellations d'origine*, in CERDAC-CAHD, *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : Histoire et actualités du droit*, *op. cit.,* p 72.

[630] « *l'exclusion de la provenance géographique parmi les qualités certifiées (RMUE, art. 83, 1) a pour finalité d'éviter un chevauchement de protection avec le régime des indications géographiques* » : FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Steirisches Kürbiskernöl : l'usage de marques consistant en des indications géographiques protégées »,préc.

qualité ou la précision. Cette liste est non exhaustive. Elle exclut l'origine géographique de la liste des caractéristiques des produits ou services qui peuvent être certifiés [631] . Comme corollaire logique, aucune dérogation à l'article 7, paragraphe 1, point c) dudit règlement n'est prévue pour les marques de certification. Autrement dit, toute marque qui indique ou évoque une origine géographique que ce soit dans son signe, sa liste de produits et services et/ou son règlement d'usage n'est pas autorisée à être enregistrée en tant que marques de certification, quand bien même elle serait distinctive. Cette exclusion concerne également tous les signes qui sont susceptibles de désigner une origine géographique, telles que les AOP et les IGP pour les produits agroalimentaires et viticoles, les IG concernant les spiritueux et, depuis peu, les IG simples disponibles notamment en France pour les produits manufacturés. Sont concernés également des indications géographiques simples, que le consommateur pertinent percevra « *comme une indication d'un lieu géographique particulier et comme renvoyant au fait que les produits ou services en cause seront certifiés par rapport à cette origine géographique* »[632]. Il existe en effet des noms qui ne sont pas des noms géographiques mais qui peuvent être considérés comme des indications géographiques s'ils évoquent une localisation géographique. A titre d'illustration, sont exclus les termes suivants pour du vin : « Cava » pour les vins mousseux d'une région d'Espagne, « Vinho Verde » pour un vin blanc portugais, « Fendant » pour un vin blanc du Canton du Valaisen Suisse ; pour des spiritueux : « Tequila » pour une liqueur d'agave élaborée au Mexique, « Grappa » pour une eau-de-vie de marc produite en Italie et en Suisse, « Tsipouro » pour une eau-de-vie de marc grecque (qui fait référence à des grappes pressées ou foulées), « Ouzo » pour une boisson alcoolique anisée grecque, « Zivania » pour une eau-de-vie de raisin chypriote ; pour du fromage : « Roquefort » pour un fromage français, « Feta » pour un fromage grec, « Gana Padano » pour un fromage italien, etc. Les logos qui, en tant que tel, n'ont pas non plus de signification géographique peuvent également être concernés par cette exclusion[633]. Aussi, une marque de certification peut se voir refuser l'enregistrement sur le fondement de l'article précité,

[631] Art. 83 §1 du RMUE.

[632] EUIPO, Directives relatives à l'examen pratiqué, Partie B, Examen, version du 01/10/2017. Disponible en ligne : https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/trade_marks/draft-guidelines-2017-wp-lr2/29_part_b_examination_section_4_AG_chap_16_EU_certification_marks_clean_lr2_fr.pdf

[633] FONTAINE (B.), PACAUD (N.), « Rencontre du troisième type : la marque de certification de l'Union européenne », préc.

si elle limite exclusivement les produits à une zone géographique. A la lumière de ces éléments, une marque de certification ne peut indiquer un terme à caractère géographique qu'à la condition que ce dernier n'évoque pas une origine géographique et que les caractéristiques certifiées soient sans lien avec l'origine géographique des produits ou services. Le législateur exclut ainsi toute hypothèse qui pourrait laisser penser que cet instrument puisse être une forme alternative à l'AOP ou IGP. Il ne peut y avoir un régime privé à la place de l'AOP ou IGP.

La bataille juridique menée par le gouvernement chypriote[634] vient par ailleurs mettre en évidence la nature si particulière de la marque de certification et vient démontrer qu'une marque de certification ne peut se substituer à une AOP/IGP. Ce dernier point est particulièrement important dans la mesure où le gouvernement chypriote a déposé en 2014 une demande pour enregistrer le terme « halloumi / hellim » en tant qu'AOP auprès de la Commission européenne[635]. Dans l'attente, le gouvernement surveille les dépôts de marques utilisant le terme « Halloumi » afin d'éviter une appropriation du terme par des tiers. En cas de perte de droits sur ses marques, ses efforts pourraient se voir anéantis et la demande d'enregistrement en tant qu'AOP refusée.

Dans les litiges concernant les marques figuratives « Cowboys Halloumi » et « Pallas Halloumi »[636] en 2018, le gouvernement chypriote avait fondé les oppositions sur sa marque verbale de certification « Halloumi », enregistrée le 22 février 2002 au

---

[634] Voir, notamment, TUE, 13 juin 2012, *Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias c/ OHMI – Garmo*, aff. T-534/10 (ECLI:EU:T:2012:292) *(« HELLIM »)* ; TUE, 7 octobre 2015, *Chypre c/ OHMI,* aff. jtes T-292/14 et T-293/14 (ECLI:EU:T:2015:752) *(« ΧΑΛΛΟΥΜΙ et HALLOUMI »)* ; TUE, 13 juillet 2018, *Chypre c/ EUIPO – Papouis Dairies*, aff. T-825/16 (ECLI:EU:T:2018:482*) (« Pallas Halloumi »)* ; TUE, 13 juillet 2018, *Chypre c/ EUIPO – POA*, aff. T-847/16 (ECLI:EU:T:2018:481) *(« COWBOYS HALLOUMI »)* ; TUE, 25 septembre 2018, *Chypre c/ EUIPO – M. J. Dairies*, aff. T-384/17 (ECLI:EU:T:2018:593) *(« BBQLOUMI »)*; TUE, 23 novembre 2018, *Chypre c/ EUIPO – Papouis Dairies,* aff. T-703/17, (ECLI:EU:T:2018:835*)* (ECLI:EU:T:2018:835*) (« Papouis Halloumi »)*.

[635] La procédure est toujours en cours. Publication d'une demande d'enregistrement en application de l'article 50, paragraphe 2, sous a), du règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil, du 21 novembre 2012, relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires (JO 2015, C 246, p. 9).

[636] TUE, 13 juillet 2018, *COWBOYS HALLOUMI,* préc. et TUE, 13 juillet 2018, *Pallas Halloumi*, préc. En l'espèce, l'Organisation des éleveurs de bovins a déposé une demande de marque de l'UE accompagnée d'un logo représentant un chapeau de cowboy et des termes « Cowboys Halloumi ». Dans l'affaire jointe de la même année, Papouis Dairies Ltd a déposé une demande de marque figurative de l'UE composée des termes « pallas » et « halloumi ». Les produits pour lesquels les enregistrements ont été demandés pour les deux marques figuratives de l'UE pour du « fromage fabriqué à base de lait de brebis et/ou de lait de chèvre ; fromage fabriqué à base de mélanges de lait de vache ; tous ces produits étant compris dans la classe 29 ». Voir FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Pallas Halloumi : risque de confusion et marque de certification », *Propriété industrielle n° 10*, Octobre 2018, comm. 59.

Royaume-Uni pour désigner du fromage à base de lait de brebis et/ou de chèvre. Les motifs avancés étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et à l'article 8, paragraphe 5, du règlement (CE) n°207/2009 [637]. Autrement dit, la marque incriminée ne peut être enregistrée s'il existe un risque de confusion ou lorsque la marque en cause a une renommée établie. Dans les deux cas, la division d'opposition, puis la chambre de recours de l'EUIPO ont rejeté les oppositions. Cette dernière a considéré qu'aux fins de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n°207/2009, il n'existait aucun risque de confusion entre la marque antérieure et les marques demandées. Elle a estimé que le caractère distinctif intrinsèque du terme « halloumi » était faible en raison de son sens descriptif, en rappelant l'arrêt du 7 octobre 2015 dans lequel le juge avait considéré que ce terme désignait un type particulier de fromage produit à Chypre aux yeux du public chypriote. Cette conclusion devait être étendue au public au Royaume-Uni. Le terme « Halloumi » qui n'est pas une IGP, est descriptif des caractéristiques et de la composition du produit et ne fait pas référence à la question de savoir si l'utilisateur de la marque antérieure appartient à un groupe de licenciés autorisés à utiliser la marque. S'agissant de la similitude des signes en conflit, la chambre de recours de l'EUIPO a considéré que l'élément dominant des marques demandées était le mot « cowboys », placé au-dessus de l'élément figuratif composé d'un chapeau de cowboy et du mot « pallas », respectivement. Il n'y a qu'une très faible similitude visuelle entre les marques, une faible similitude phonétique et aucune similitude conceptuelle pertinente. En ce qui concerne l'appréciation globale du risque de confusion, elle a constaté que le gouvernement chypriote n'avait pas prouvé le niveau élevé de caractère distinctif de la marque antérieure, ni qu'elle était perçue par le public britannique comme une référence à une certification. Par conséquent, la chambre de recours de l'EUIPO a constaté que les différences entre la marque antérieure et l'élément dominant des marques demandées - le terme « cowboys » et « pallas »» (accompagné de l'élément figuratif consistant en un chapeau de cowboy pour la marque de cowboy) - étaient suffisants pour éviter tout risque de confusion. Pour finir, en ce qui concerne l'article 8, paragraphe 5, elle a estimé que les conditions d'une réputation suffisante n'étaient pas remplies.

[637] Devenus respectivement l'article 8, paragraphe 1, sous b), et l'article 8, paragraphe 5 du règlement (UE) 2017/1001.

Le gouvernement chypriote a demandé l'annulation de la décision de l'EUIPO. Mais le TUE a rejeté le recours, après avoir examiné le moyen unique tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), et notamment : le public pertinent, la comparaison des signes, l'appréciation du caractère distinctif de la marque antérieure, l'appréciation de la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des signes en conflit, et enfin, l'évaluation globale du risque de confusion. En ce qui concerne l'appréciation globale du caractère distinctif de la marque antérieure, le TUE a constaté que le raisonnement de la chambre de recours de l'EUIPO était correct dans la mesure où le terme « halloumi » est directement compris par le public britannique comme une description des caractéristiques, voire de l'origine des produits, et non comme une indication de leur qualité certifiée, ni même comme une indication de cette qualité. Il y a donc lieu de considérer que la marque antérieure, qui se compose exclusivement du terme « halloumi », en ce qu'elle décrit les caractéristiques et l'origine du produit qu'elle désigne, n'a qu'un faible caractère distinctif intrinsèque et que l'existence de tout caractère distinctif n'a pas été établi. En l'espère, ,les juges font par ailleurs référence au RMUE sur les dispositions relatives au marquage de certification en précisant que « *si le règlement (CE) n°207/2009 (…) ne comportait pas de dispositions spécifiques au sujet de la protection des marques de certification en tant que telles, le règlement (UE) 2017/1001, applicable à compter du 1er octobre 2017, comporte désormais des dispositions relatives à la marque de certification de l'Union européenne définie à l'article 83, paragraphe 1* ». Bien qu'il soit généralement perçu comme une spécialité chypriote, il en ressort que le terme « halloumi », qui est utilisé comme terme générique pour un type de fromage, ne peut pas être attaché à une quelconque marque de certification, ni même à une référence à un fromage certifié. Le TUE est parvenu à la conclusion que, bien que les produits en cause soient identiques et en raison du faible caractère distinctif de la marque antérieure et de son sens descriptif, la simple identité des produits et la similitude des signes en conflit en ce qui concerne la présence commune du terme descriptif « halloumi » ne suffisent pas à établir un risque de confusion. La décision est tout autre dans le litige concernant la marque figurative « BBQLOUMI »[638]. Dans son arrêt du 5 mars 2020[639], la Cour de

[638] Voir PETIT (Y.), « Halloumi contre Bbqloumi : risque de confusion ? », *Revue de droit rural*, n° 487, Novembre 2020, comm. 186.

Justice a annulé l'arrêt du TUE selon lequel la marque collective « Halloumi » réservée aux fromageries chypriotes ne fait pas obstacle à l'enregistrement de la marque européenne « BBQLOUMI » pour les fromages d'un producteur bulgare. En l'espèce, l'association chypriote « *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi* », titulaire de la marque collective de l'Union européenne « Halloumi », a formé opposition à l'enregistrement de la marque figurative comportant l'élément verbal « BBQLOUMI », déposée par une société bulgare. Encore une fois, l'EUIPO a rejeté cette opposition au motif qu'il n'existait pas de risque de confusion quant à l'origine des produits entre les deux marques et le TUE est venu valider cette décision. Saisie, la Cour de justice a estimé que celui-ci a commis une erreur de droit manifeste en n'ayant pas eu l'exigence d'apprécier dans son ensemble si le degré faible de la similitude des marques en conflit est compensé par le degré plus élevé de similitude, voire l'identité, des produits désignés par ces marques. Ainsi, elle est venue donner un « coup de pouce » aux fabricants de fromage chypriotes dans leurs efforts pour bloquer une marque déposée, en raison de sa ressemblance avec le nom du fromage « halloumi ». Ces différentes décisions relatives aux marques peuvent engendrer des difficultés insurmontables pour les producteurs qui souhaiteraient l'obtention de l'AOP/IGP au niveau européen. Une réponse positive de la Commission européenne à la demande d'AOP revêt une importance capitale pour les chypriotes ; leurs efforts pouvant se voir anéantis.

Avant la transposition de ladite directive au niveau national, les marques de certification devaient satisfaire aux conditions fixées par la législation applicable à la certification[640] et ne pouvaient comporter aucune mention géographique, sauf si elle figurait dans la dénomination du produit devenue générique [641] . La marque « collective de certification » est depuis devenue la marque « de garantie » pour éviter toute confusion avec la notion de certification au sens du droit français[642]. Le

[639] CJUE, 5 mars 2020*, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi c/ EUIPO*, aff. C-766/18 P (ECLI:EU:C:2020:170).

[640] Art. L 715-2, 5° du CPI.

[641] Art. L 641-21, 2° du C. rur. Cet article précise également que « *Les produits bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'un label rouge, ainsi que les produits vitivinicoles, les produits vinicoles aromatisés et les boissons spiritueuses bénéficiant d'une indication géographique, ne peuvent faire l'objet d'une certification de conformité.* »

[642] La certification de conformité est définie à l'article L 433-3 du Code de la consommation. Le droit français désigne sous le terme de « certification » une démarche volontaire consistant en la délivrance d'une attestation de conformité à un référentiel d'un produit ou d'un service par un organisme certificateur accrédité

régime des marques de garantie est désormais défini aux articles L 715-1 à L 715-5 du Code de la propriété intellectuelle et plus rien ne semble interdire qu'une telle marque puisse être utilisée pour protéger une IG. En effet, l'article L 715-1 du Code de la propriété intellectuel ne reprend pas la terminologie « *à l'exception de la provenance géographique* » utilisée pour la définition de la marque de certification de l'Union européenne, si bien qu'on peut être tenté de croire que l'origine géographique puisse faire partie des caractéristiques à certifier au niveau national. A l'instar de la marque collective, l'ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services n'a pas opté pour la dérogation autorisée par la directive (UE) 2015/2436[643] qui permettait aux Etats membres de prévoir que les signes ou indications susceptibles de désigner, dans le commerce, la provenance géographique des produits ou des services, puissent constituer des marques collectives. Le législateur réaffirme l'exigence de distinctivité du signe déposé dans un rapport relatif à ladite ordonnance, en précisant que « *cette option n'est pas retenue afin de ne pas prêter à confusion avec la protection accordée aux appellations d'origine et aux indications géographiques* »[644]. Certains États membres peuvent toutefois adopter des dispositions particulières en vue d'autoriser l'enregistrement des indications purement descriptives de l'origine géographique des produits, y compris les IG, comme marques de garantie ou de certification. C'est notamment le cas en Allemagne[645] et au Royaume-Uni[646]. En tout état de cause, une marque de garantie ne peut être exclusivement constituée d'un nom géographique. A l'instar de la marque collective, elle devra respecter les conditions de validité de droit

(art. L 641-20 à L 641-24 du C. rur. s'agissant des produits agricoles et des denrées alimentaires ; art. L 433-1 à L 433-11 du C. cons. s'agissant des produits et services autres qu'agricoles, forestiers, alimentaires ou de la mer). Rapport au Président de la République relative à l'ordonnance 2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services, préc..

[643] Art. 29 §3 de la directive (UE) 2015/2436 : « *3. Par dérogation à l'article 4, paragraphe 1, point c), les États membres peuvent prévoir que les signes ou indications susceptibles de servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique des produits ou des services peuvent constituer des marques collectives. Une telle marque collective n'autorise pas le titulaire à interdire à un tiers d'utiliser, dans la vie des affaires, ces signes ou indications, pour autant que ce tiers en fasse un usage conforme aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale. En particulier, une telle marque ne peut être opposée à un tiers habilité à utiliser une dénomination géographique.* »

[644] « Cette option n'est pas retenue afin de ne pas prêter à confusion avec la protection accordée aux appellations d'origine et aux indications géographiques » : Section 5 du rapport au Président de la République relative à l'ordonnance 2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services, JORF n°0264 du 14 novembre 2019, Texte n° 11.

[645] La marque collective qui concerne également la marque de garantie fait l'objet d'une définition à l'article §97 Abs. 1 MarkenG.

[646] La « certification mark » fait l'objet d'un chapitre spécifique du Trade Marks Act 1994.

commun prévues au Code de la propriété intellectuelle[647] si le demandeur souhaite utiliser une dénomination géographique. Ainsi, un tel signe est valide[648] dès lors qu'il présente un caractère distinctif (non descriptif) et non trompeur.

§2. Des signes distinctifs en concurrence

De prime abord, les marques de nature collective semblent suivre le processus des AOP. Il s'agit pourtant de signes distinctifs qui diffèrent sur le plan de la qualification juridique. Les droits attachés à une marque sont indiscutablement ceux de la propriété intellectuelle et de la propriété individuelle, ce qui n'est pas aussi évident pour l'AO. Véritable débat doctrinal qui existe depuis près de 100 ans[649], la question de savoir si les AO peuvent être considérées comme un droit de propriété intellectuelle soulève bien des paradoxes[650]. D'ailleurs, beaucoup s'attachent à comparer le droit des marques à celui des AO pour tenter de qualifier la nature juridique de tels signes. Il convient ainsi de revenir dans cette partie sur la question de la nature juridique de l'AOP dans une logique de comparaison avec la marque afin de démontrer les divergences qui existent entre ces deux notions. Le régime de l'AO est en effet un régime d'exception, d'une part, par la nature particulière de son droit (par rapport à celle de la propriété intellectuelle) (A), et d'autre part, par ses conditions de validité et d'exploitation différentes de celles de la marque (B).

[647] Art. L 715-4 §1 du CPI.

[648] A propos de la marque collective de certification « Laguiole Origine Garantie » : CA Paris, 3 novembre 1999, Ann. Prop. 2000, p. 115. La marque collective de certification « Laguiole Origine Garantie » a été acceptée, puisque la référence géographique « Laguiole », qui peut être considérée comme descriptive, est accompagné d'autres éléments distinctifs, à savoir un logo.

[649] PLAISANT (M.), FERNAND-JACQ, *Traité des noms et appellations d'origine*, Librairie Arthur Rousseau, Paris, 1921, p. 54.

[650] « *(…) un droit économique qui trouve sa rentabilité en empruntant nombre de ses traits aux droits de la personne ; c'est un droit humain sur un terroir, mais en même temps un droit du terroir lui-même dont les titulaires humains ne sont pas vraiment libres de faire ce qu'ils veulent ; c'est un droit privé, pour la collectivité qui l'exerce, mais il révèle nombre de mécanismes issus du concept de souveraineté ; c'est une propriété industrielle mais inaliénable et imprescriptible* ». HERMITTE (M.-A.), « Les appellations d'origine dans la genèse des droits de propriété intellectuelle », E*tudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, 2001, 32, p. 202. Cité par TALLON (A.), *Les appellations d'origine*, *op. cit.* Voir aussi MOITY-MAIZI (P.), DE SAINTE MARIE (C.), MUCHNIK (J.), SAUTIER (D.), GESLIN (P.), *Systèmes agroalimentaires localisés : terroirs, savoir-faire, innovations*, Ed. Inra, Coll. SAD Études et recherches, 2002, 216 p.

A. Des signes distinctifs de nature juridique différente

Nombre d'auteurs[651] ont tenté à maintes reprises d'identifier les contours juridiques de ce signe distinctif si particulier (2) alors même que le droit positif les classe - avec les marques - dans la catégorie juridique de la propriété intellectuelle (1).

1. Un droit de propriété intellectuelle pour le droit positif

A l'instar des marques, les AO sont perçues comme des signes distinctifs[652] qui relèvent, de manière générale[653], de la propriété industrielle et commerciale. Sur le plan international, les AO font parties des droits intellectuels[654] entrant dans le champ d'application de la Convention de Paris du 20 mars 1883[655]. L'Accord sur les ADPIC prévoit également la protection des indications géographiques parmi d'autres éléments reconnus de la propriété intellectuelle, tels que le droit d'auteur, des marques, des dessins et modèles, et des brevets. Il est pourtant difficile d'affirmer que ces signes distinctifs constituent une propriété intellectuelle[656] à proprement parler, leur définition *a minima* permettant en effet toutes les interprétations. Et pourtant, le droit de l'Union semble bel et bien aller dans ce sens[657]. En outre, le

---

[651] PIATTI (M.-C.), « L'appellation d'origine. Essai de qualification », *RTD com*., 1999, p. 557 et s. ; AUDIER (J.), « Pour une qualification juridique internationale de l'appellation d'origine », Bull OIV n°743-744, 1993, p. 21 et s. ; VISSE-CAUSSE (S.), *L'appellation d'origine*, Thèse sous la direction de J. RAYNARD, Université de Reims Champagne-Ardenne, 2004, 499 p., p.355 et s.; LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques, France-Union européenne-Etats-Unis*, *op. cit.,* p. 233 et s.

[652] Les signes distinctifs peuvent se définir comme « *des moyens phonétiques ou visuels, en particulier des mots ou des images, qui sont utilisés pour désigner des produits, services ou entreprises opérant sur le même marché, afin de les distinguer les uns des autres* ». SCHMIDT-SZALEWSKI (J.) et PIERRE (J.-L.), *Droit de la propriété industrielle*, 4e éd., Paris, LexisNexis, Litec, 2007, 696 p.

[653] Les signes distinctifs ne font pas tous l'objet de droit de propriété industrielle. A titre d'illustration, commerciaux et d'enseignes ne constituent qu'un droit « connexe » au droit de la propriété industrielle. PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*.

[654] La propriété intellectuelle est définie par la convention d'union de Paris du 20 mars 1883 relative à la propriété industrielle comme étant : « *le droit de protéger les créations de l'esprit humain* ». Voir SABIK (N.), *Le rôle de la propriété industrielle dans la protection du consommateur*, Thèse sous la direction de F. MARMOZ, Université de Jean Moulin Lyon 3, Mai 2010, 449 p.

[655] Art. 1 §2 de Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle du 20 mars 1883 : « *La protection de la propriété industrielle a pour objet (…) les indications de provenance ou appellations d'origine* ».

[656] LE GOFFIC, 2010 : 237.

[657] Art. 4 du règlement (UE) n°1151/2012 : « *Un système d'appellations d'origine protégées et d'indications géographiques protégées est établi afin d'aider les producteurs de produits liés à une zone géographique (…) en garantissant une protection uniforme des dénominations en tant que droit de propriété intellectuelle sur le territoire de l'Union* ». Art. 2 du règlement (UE) n°608/2013 du Parlement européen et du Conseil du 12 juin 2013 concernant le contrôle, par les autorités douanières, du respect des droits de propriété intellectuelle et

système européen a reconnu cette qualification à travers sa jurisprudence. La CJCE a indirectement rattaché les AOP et IGP à la catégorie juridique des droits de propriété intellectuelle. Les juges européens ont en effet considéré à de multiples reprises que la protection des IG « *peut être considérée comme relevant de la sauvegarde de la propriété industrielle et commerciale au sens de l'article 30 CE* »[658]. Mais cette interprétation était la conséquence directe de la connexité existante avec le droit de la propriété industrielle, d'où l'utilisation des termes « *peut être considéré comme* »[659]. Cette qualification de droit de propriété intellectuelle pour les AOP et IGP a été rappelée par le Conseil européen en 2009[660]. Cette qualification comme appartenant à la propriété intellectuelle ne semble faire aucun doute dans le droit positif. Elle permet par ailleurs d'appréhender au mieux les rapports que les AO entretiennent avec les marques[661] et ainsi d'influencer directement le régime juridique du traitement de leurs conflits. Le droit des AO présente, indiscutablement[662], une connexité pratique avec le droit de la propriété industrielle, notamment par le fait que les AO soient des signes distinctifs et par le biais des relations qu'elles entretiennent avec les marques. Toutefois, cette proximité ne semble pas suffire à qualifier l'AO de « propriété intellectuelle »[663].

---

abrogeant le règlement (CE) n°1383/2003 du Conseil (JOUE L 181 du 29.6.2013, p. 15–34) *:* « *Aux fins du présent règlement, on entend par (…) droit de propriété intellectuelle (…) une indication géographique »*.

[658] « *Les appellations d'origine relèvent des droits de propriété industrielle et commerciale. La réglementation applicable protège leurs bénéficiaires contre une utilisation abusive desdites appellations par des tiers désirant tirer profit de la réputation qu'elles ont acquise » :* CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita SpA c/ Asda Stores Ltd et Hygrade Foods Ltd*, préc. Aussi CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, aff. C-3/91 (ECLI:EU:C:1992:420) ; CJCE, 16 mai 2000, *Belgique c/ Espagne*, aff. C-388/95, (ECLI:EU:C:2000:244) ; CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola c/ Käserei Champignon Hofmeister GmbH& Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97 (ECLI:EU:C:1999:115) ; CJCE, 18 novembre 2003, *Budějovický Budvar, národní podnik c/ Rudolf Ammersin GmbH*, aff. C-216/01(ECLI:EU:C:2003:618), pt 99.

[659] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, pt 539.

[660] Commission des Communautés Européennes, « Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au comité des régions sur la politique de qualité des produits agricoles, Commission des Communautés Européennes », 28.5.2009 COM (2009) 234 final, 28 mai 2009, 15 p.

[661] « *c'est la nature juridique de l'appellation d'origine qui gouverne la gravitation générale des désignations géographiques concurrentes, voire antinomiques* ». PIATTI (M.-C.), « L'appellation d'origine – Essai de qualification », art. cit., p. 557.

[662] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit*, pt 420.

[663] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, pt 539.

En ce qui concerne le droit français, les textes nationaux n'apportent guère plus de précision, bien que les AOC fassent l'objet d'une codification multiple. Le régime des AOC est fixé par le Code rural et de la pêche maritime, notamment par les articles L 641-5 et suivants. Ces derniers font référence à la « *reconnaissance* »[664] et non à la création d'une appellation d'origine. Contrairement aux autres droits de propriété intellectuelle, elles n'ont pas le caractère d'automaticité du dépôt administratif ou de l'enregistrement, bien que les réglementations européennes en matière des AOP et IGP fassent référence à une « demande d'enregistrement »[665] ou « demande de protection »[666]. En effet, avant que l'AO soit enregistrée au niveau européen, une procédure initiale a lieu sous l'égide de l'autorité publique, à laquelle succède une procédure européenne sous le contrôle, cette fois-ci, de la Commission.

Le Code de la propriété intellectuelle traite quant à lui la protection des AO comme un droit de propriété intellectuelle[667]. La loi n°2007-1544 du 29 octobre 2007 ayant pour objectif de lutter contre la contrefaçon[668] est venue réserver l'exercice de l'action en contrefaçon aux bénéficiaires des AO, tout en se gardant de la qualifier comme telle. Le régime juridique de protection civile offert aux AO était pour le moins analogue à celui institué pour les autres droits de propriété intellectuelle, tels que les marques[669]. Cet ajout aurait pu laisser croire au rattachement bien réel des AO à la catégorie juridique de la propriété intellectuelle, l'action en contrefaçon étant un véritable instrument juridique de protection contre toute atteinte portée à un droit privatif[670]. Toutefois, le choix du législateur résultait *a priori* davantage d'un impératif

---

[664] Art. L 641-6 §1 du C. rur. : « *La reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée est proposée par l'Institut national de l'origine et de la qualité, après avis du groupement d'opérateurs qui sollicite la reconnaissance en qualité d'organisme de défense et de gestion prévu à l'article L. 642-17.* ». Aussi art. L 641-7 du C. rur. L'INAO propose la reconnaissance d'une appellation d'origine. La reconnaissance est ensuite prononcée par un décret qui homologue un cahier des charges où figurent notamment la délimitation de l'aire géographique de production de cette appellation et ses conditions de production.

[665] Art. 8 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 25 du règlement (UE) 2019/787.

[666] Art. 94 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 10 du règlement (UE) n°251/2014.

[667] Art. L 721-1 du CPI.

[668] JORF n°252 du 30 octobre 2007, page 17775, texte n° 2.

[669] Art. L 716-1 du CPI : « *L'atteinte portée au droit du propriétaire de la marque constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur. Constitue une atteinte aux droits de la marque la violation des interdictions prévues aux articles L. 713-2, L. 713-3 et L. 713-4 »*.

[670] Selon S. VISSE-CAUSSE, « *l'action en contrefaçon matérialise l'existence d'un monopole d'exploitation lequel doit être juridiquement protégé. (...) La contrefaçon est en effet une atteinte à un droit de propriété. Elle procède de la volonté de consacrer une technique de sanction, directe et absolue, afin de protéger un droit de propriété* ». VISSE-CAUSSE (S.), « La protection de l'appellation d'origine par l'action en contrefaçon », *Revue de droit rural*, n° 439, Janvier 2016, étude 1.

communautaire[671] que d'une opportunité[672]. En outre, il s'était bien gardé de qualifier l'atteinte de « contrefaçon » préférant employer *« l'atteinte portée à une indication géographique* »[673] sans en préciser la nature, brouillant ainsi davantage la réflexion. Mais la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation est venue modifier[674] l'article L 722-1 précité qui disposait : « *toute atteinte portée à une indication géographique en violation de la protection qui lui est accordée par le droit de l'Union européenne ou la législation nationale constitue une contrefaçon engageant la responsabilité de son auteur* ». Il est désormais écrit noir sur blanc que la protection des AOP est soumise au régime de l'action en contrefaçon[675]**,** au même titre que les IGPIA. A noter que les dispositions relatives à cette nouvelle catégorie d'indications géographiques définies à l'article L 721-2*[676]* du Code de la propriété intellectuelle ont été intégrées au sein du Livre VII du Code la propriété intellectuelle[677] alors que le régime des AOC est quant à lui prévu par le Code rural et de la pêche maritime[678]. En outre, contrairement aux AOC, c'est l'INPI qui assure la gestion de ces nouvelles indications géographiques[679], et non l'INAO. Cette

[671] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, pt 539.

[672] Jusqu'à l'adoption de cette loi, le CPI se contentait de faire un simple renvoi au Code de la consommation pour les appellations d'origine.

[673] Art. L 722-1 du CPI dans son ancienne rédaction.

[674] Art. 74 de la loi n°2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation (JORF n°0065 du 18 mars 2014 p. 5400, texte n° 1).

[675] Art. L 722-1 du CPI : « *Toute atteinte portée à une indication géographique en violation de la protection qui lui est accordée par le droit de l'Union européenne ou la législation nationale constitue une contrefaçon engageant la responsabilité de son auteur.*

Pour l'application du présent chapitre, on entend par " indication géographique " : a) Les appellations d'origine définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation ; b) Les indications géographiques définies à l'article L. 721-2 ; c) Les appellations d'origine et les indications géographiques protégées en vertu du droit de l'Union européenne ;

Sont interdits la production, l'offre, la vente, la mise sur le marché, l'importation, l'exportation, le transbordement, l'utilisation ou la détention à ces fins de biens dont la présentation porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte à une indication géographique. »

[676]Art. L 721-2 du CPI : « *la dénomination d'une zone géographique ou d'un lieu déterminé servant à désigner un produit, autre qu'agricole, forestier, alimentaire ou de la mer, qui en est originaire et qui possède une qualité déterminée, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être attribuées essentiellement à cette origine géographique ».* Le législateur français a retenu une définition semblable à celle de l'IGP relative aux produits agricoles et alimentaires, sans doute dans une optique d'harmonisation européenne.

[677] Selon l'article L 721-3 du CPI, la demande d'indication géographique doit obligatoirement être faite par un ODG qui doit présenter une demande d'homologation du cahier des charges auprès de l'INPI.

[678] Le cadre légal de l'appellation d'origine prévue à l'article L 115-1 du Code de la consommation est strict. Pour bénéficier d'une telle reconnaissance, la qualité ou les caractères du produit doivent en effet être *« dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains ».*

[679] Une IGPIA a été accordée par l'INPI pour les tapis d'Aubusson le 7 décembre 2018 *(BOPI n° 2018-49)* ; pour la Charentaise de Charente-Périgord le 29 mars 2019 (*BOPI n°2019-13*) ; pour le Grenat de Perpignan le 23 novembre 2018 (*BOPI n°2018-47*) et pour la porcelaine de Limoges le 1e décembre 2017 (*BOPI n°2017-48*).

modification signifie-t-elle pour autant que les bénéficiaires des AOP/IGP sont titulaires d'un droit de propriété intellectuelle ? Nous pourrions en effet envisager que les producteurs soient les « propriétaires », au même titre que le propriétaire d'une marque. Toujours est-il que, selon les propos de Mme Visse-Causse, cet ajout dans la législation française est une initiative « superflue », « malvenue », voire « contreproductive »[680] pour l'institution. En effet, les AO disposent déjà d'une action spécifique propre[681], proche de l'action en contrefaçon, en cas d'atteinte au droit. Mais si l'AO ne fait pas l'objet d'un droit de propriété intellectuelle, pourquoi le législateur français n'a-t-il pas tout simplement distingué les AOP des IG non agricoles, qui font preuve d'un savoir-faire humain ? La question est légitime, tout autant que celle de J. Passa qui en 2009 se demandait pour quelles raisons l'article L 722-2 du Code de la propriété intellectuelle (soit dans la version précédant l'entrée en vigueur de la loi suscitée) attribuait l'action civile pour « *atteinte* » à toute personne autorisée à l'utiliser, si l'AO était l'objet d'un droit de propriété intellectuelle.

Aussi, la réforme récente « paquet marques » permet de s'interroger quant à la titularité de ces signes distinctifs que sont les AOP et IGP. L'article 8, paragraphe 6, du RMUE contient désormais un motif spécifique de refus pour les oppositions fondées sur des IG antérieures. L'introduction expresse d'un motif relatif fondé sur l'existence d'une antériorité constituée d'une AO ou IG dans le RMUE permet à « *toute personne autorisée* » en vertu du droit pertinent de s'opposer à une demande postérieure d'enregistrement d'une marque de l'Union européenne. Cet apport majeur exclut définitivement les IG des signes utilisés dans la vie des affaires[682]. Les dispositions de l'article 8, paragraphe 4, de l'ancien règlement (CE) n°207/2009 réservaient l'action en opposition aux « *titulaires* » de signes utilisés dans la vie des affaires, dont les IG faisaient parties, qui pouvaient être « *des groupements de producteurs, organisme public ou association de défense des consommateurs*

[680] VISSE-CAUSSE (S.), « La protection de l'appellation d'origine par l'action en contrefaçon », art. cit.
[681] L'article L 115-8 du Code de la consommation est devenu l'article L 431-6 du Code de la consommation par l'Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation (JORF n°0064 du 16 mars 2016 texte n° 29) : « *Toute personne qui prétend qu'une appellation d'origine est utilisée à son préjudice direct ou indirect et contre son droit, à un produit naturel ou fabriqué, contrairement à l'origine de ce produit, peut exercer une action en justice pour faire interdire l'usage de cette appellation. (…)*».
[682] Voir infra.

souhaitant fondre une intervention sur une IG »[683]. Le terme « titulaire » n'a pas été repris.

2. Une divergence de conception pour la doctrine

La qualification de la nature juridique des AO n'étant pas expressément déterminée par les textes de lois, les interprétations de la doctrine sont nombreuses. C'est notamment le cas de la doctrine française, qui fait par ailleurs l'objet d'une divergence de conception[684]. Cette divergence de conception provient-elle du fait que les AO, à la différence des autres droits de propriété intellectuelle, n'impliquent pas d'actes de création ou d'invention ? Cela ne semble pas avoir de différence significative, étant donné que les produits couverts par une AOP sont le fruit d'un long travail de la part des producteurs. Contrairement aux autres droits intellectuels, l'AO n'est pas un acte de création spontané. Toutefois, bien que son apparition soit progressive, l'AO est une « *création issue d'un accord de volonté professionnelle* »[685]. La création résulte de la transformation d'un nom préexistant banal en un nom réputé et renommé, grâce à des conditions techniques établies par l'homme au fil du temps et des conditions naturelles inscrites dans la durée, sur un territoire délimité. Il s'agit de la reconnaissance d'un terroir, qui ne peut faire l'objet d'une appropriation privée. La difficulté de qualification juridique vient de la nature si particulière des appellations par rapport à celle de la propriété intellectuelle, et plus particulièrement par rapport à l'utilisation du terme de « propriété ».

Bien que le caractère collectif du droit des appellations d'origine semble ne faire aucun doute[686], il n'en est pas de même pour la question de la titularité des droits. Les producteurs n'étant que de « simples utilisateurs » de l'appellation d'origine, qui en est alors le détenteur ? L'Etat ? Le groupement de producteurs

[683] FONTAINE (B.), « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », *Propriété industrielle,* n°11, Novembre 2009, étude 20.

[684] S. VISSE-CAUSSE a pris le soin dans sa thèse d'étudier toutes les qualifications envisageables. S. VISSE-CAUSSE, *L'appellation d'origine*, préc., p. 355 et s.

[685] PIATTI (M.-C.), *op.cit.*

[686] Voir Partie 1 – Chap 1 – S2 - §2 – A – 1. Voir aussi STERN (S.) (Corrs Chamber Westgarth), « Les conflits entre Indications Géographiques et marques de fabrique et leurs éventuelles résolutions », AIDV, Bulletin d'information n° 34, Octobre 2004, p. 44 : « *Les marques sont une propriété personnelle, tandis que les Indications Géographiques, tout en indiquant clairement un droit de propriété collectif, ne peuvent appartenir à un seul individu mais sont plutôt un identifiant de la région ou de la localité qu'ils représentent.* ».

ayant initié la demande de reconnaissance ? Les deux ? Si l'AO est un droit de propriété intellectuelle, qui en est donc le propriétaire ? La question divise et la réglementation de l'Union européenne reste silencieuse sur le sujet, préférant se concentrer sur l'objet de la protection et créant ainsi un consensus autour de la qualification de droit intellectuel des dénominations géographiques enregistrées. Pourtant, certains pays situés hors de l'Europe tels que Cuba, le Guatemala, le Mexique[687], le Panama, le Pérou[688] et l'Inde[689] indiquent l'Etat comme propriétaire des indications géographiques alors que d'autres préfèrent les producteurs, les commerçants ou les consommateurs[690]. Chacun semble choisir ce qui l'arrange. Le législateur français ne s'est pas prononcé sur la question. Les textes nationaux en France n'apportent guère plus de précision en ce qui concerne la question de la titularité. Le Code rural et de la pêche maritime fait d'ailleurs seulement référence à la « *reconnaissance* » [691] et non à la création d'une appellation d'origine. Les indications géographiques ne semblent *a priori* donc pas avoir de titulaires. La doctrine illustre bien cette divergence de conception. En ce qui concerne la nature juridique même de l'AO, alors que certains l'ont rattachée à la catégorie des propriétés intellectuelles [692] - parfois sans réelle justification [693] - d'autres vont considérer qu'il s'agit d'une sorte de « propriété publique » ou de « propriété

[687] POMEON (T.), BOUCHER (F.), CERVANTES ESCOTO (F.), « Appellation d'origine ou appellation générique : le cas du fromage Cotija au Mexique », art. cit.

[688] AUDIER (J.), « Pour une qualification juridique internationale de l'appellation », art. cit.. ; LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit*., p. 253. ; AUDIER (J.), « Mondialisation et indications géographiques : Applications nationales de l'Accord sur les ADPIC », *Propriétés Intellectuelles*, Janvier 2008, p. 28.

[689] La propriété conférée à l'Etat n'est pas inscrite dans la loi mais résulte de la pratique. MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international*, préc.

[690] BOYER-PAILLARD (D.), *Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques*, préc.

[691] Art. L 641-6 §1 du C. rur. : « *La reconnaissance d'une appellation d'origine contrôlée est proposée par l'Institut national de l'origine et de la qualité, après avis du groupement d'opérateurs qui sollicite la reconnaissance en qualité d'organisme de défense et de gestion prévu à l'article L. 642-17.* ». Art. L 641-7 du C. rur. Tout d'abord, l'INAO propose la reconnaissance d'une appellation d'origine, ensuite la reconnaissance est prononcée par un décret qui homologue un cahier des charges où figurent notamment la délimitation de l'aire géographique de production de cette appellation ainsi que ses conditions de production.

[692] Les dénominations géographiques font partie des droits intellectuels en raison du monopole d'exploitation conféré au signe et de la nature de création de l'homme. MARIE-VIVIEN (D.), *La protection des indications géographiques : France*, *Europe*, *Inde*, *op. cit.,* pt 1207.

[693] Voir DENIS (D.), « Chronique droit de la vigne et du vin », *Revue de droit rural*, 1993, n° 214, p. 263 ; DENIS (D.), « Appellation d'origine et indication de provenance », Coll. Connaissance du droit, *Dalloz*, 1995, p. 26 ; LORVELLEC (L.), « Réponse à l'article du professeur Jim Chen », art. cit., p. 47. ; PIATTI (M.-CH.), « L'appellation d'origine - Essai de qualification », art. cit., p. 557.

collective et publique »[694]. D'autres encore vont même jusqu'à récuser toute appartenance à un droit de propriété intellectuelle[695], à un droit de propriété[696], voire à un quelconque droit subjectif, fût-il « collectif »[697].

Mme Le Goffic, qui a consacré de longs développements à la démonstration de l'absence de titulaires des appellations d'origine[698], estime que les indications géographiques présentent des caractéristiques normalement dévolues aux « choses communes »[699] conformément à l'article 714 du Code civil, rejetant aussi l'idée de la « propriété ». Contrairement aux autres droits de la propriété intellectuelle, l'appellation d'origine n'appartiendrait à personne.

M. Audier et Mme Piatti[700] soutiennent quant à eux une cotitularité privé-publique avec un démembrement du droit d'usage par une dissociation entre le « droit à » l'appellation d'origine et le « droit sur » l'appellation d'origine[701]. Le Professeur Audier estime, pour sa part, que « *l'autorité publique est titulaire d'un droit sur l'appellation d'origine qu'elle a reconnue, et confère un droit d'usage de cette appellation d'origine aux personnes et groupements de personnes dans les conditions qu'elle détermine* » et qualifie le « droit à » l'appellation d'origine comme étant un « *droit d'usage,*

---

[694] N. OLSZAK considère que ce sont des « *droits collectifs et publics, non susceptibles d'appropriation privée* » et conclut que « *ces choses de droit divin sont complètement en dehors de tout patrimoine, public comme privé* », note D. 2201, p. 1894 ; voir également du même auteur, .« L'appellation, un bien sublime ? », in *Mélanges Philippe Simler*, Paris, Dalloz & Litec, 2006, pp. 777-788.

[695] S. VISSE-CAUSSE conclut que « c*e qui manque à l'appellation d'origine est l'aspect création intellectuelle »*. VISSE-CAUSSE (S.), « La protection de l'appellation d'origine par l'action en contrefaçon », art. cit.

[696] Le Professeur LORVELLEC exclut le terme « *propriété* » des appellations d'origine en considérant que « *l'appellation d'origine est complètement étrangère à l'idée de propriété, y compris de propriété intellectuelle, elle n'est qu'un signe destiné à éclairer les consommateurs…il n'est pas possible d'appeler propriété un droit sans titulaire et sans objet défini* » : LORVELLEC (L.), « La protection internationale des signes de qualité », art. cit.

[697] Selon J. PASSA, le fait que le droit des AO soit inclus dans le champ d'application aussi bien des conventions internationales conclues dans le cadre de l'OMPI ou de l'OMC que des textes nationaux et européens relatifs à la propriété industrielle ou intellectuelle n'est pas déterminant, les textes étant inaptes en soi à qualifier la nature de propriété industrielle pour l'AO. PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*.

[698] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis , op. cit.,* p. 243 s.

[699] Art. 714 du C. civ. : « *Il est des choses qui n'appartiennent à personne et dont l'usage est commun à tous. Des lois de police règlent la manière d'en jouir.* ». Une « chose commune » ne constitue pas un bien parce qu'elle n'est pas appropriée, mais surtout parce qu'elle n'est pas appropriable : caractéristiques qui le différencient de la « chose sans maître » qui elle n'est pas appropriée mais a vocation à être acquise par quelqu'un, et à devenir ainsi un bien. LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.*, pt 259 et s.. Elle n'est pas appropriable même si le nouveau propriétaire d'un fond de terre pourra prétendre à ladite dénomination.

[700] PIATTI (M.-C.), « L'appellation d'origine. Essai de qualification », art. cit.

[701] AUDIER (J.), « De la nature juridique de l'appellation d'origine », art. cit., p. 24 cité par RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit., p. 383.

patrimonial incorporel »[702]. Il revient toutefois sur cette qualification consécutivement à la réforme française de 2006 : « *les demandeurs à l'enregistrement (groupements de producteurs ou entités publiques) sont titulaires du droit sur l'IG alors que tous les producteurs bénéficient du droit à l'IG* »[703]. L'autorité publique confère ainsi un droit sur l'appellation d'origine à des opérateurs qui se sont constitués en groupement et qui en font la demande. Le titulaire du droit devient alors le demandeur de la protection de l'IG, soit l'ODG en France.

A la lumière des différents éléments suscités, le terme « propriété » serait antinomique du nom qui désigne une AOP/IGP et contradictoire avec la nature même du signe que constitue l'AOP/IGP[704] et l'Etat n'en serait pas plus propriétaire que les producteurs ou le groupement de producteurs ayant initié la demande d'enregistrement. Sans doute pour éviter les écueils qui peuvent apparaître avec un droit privatif, tel que la marque (problématiques de cessions, de licences, voire de contrôles). Le terme « propriété » n'est pas consacré. Un propriétaire est reconnu classiquement par *l'usus*, le *fructus* et *l'abusus*. Le droit de propriété ne semble pas se retrouver en matière d'appellations d'origine. Il peut toutefois être démembré, ce qui semble être le cas ici. Le *fructus* et *l'usus* semblent être présents. Leur usage commun est strictement réglementé. Tout opérateur économique dont les produits proviennent de l'aire géographique délimitée et qui respectent les exigences requises par le cahier des charges concerné peut l'exploiter. Autrement dit, les producteurs peuvent seulement l'utiliser et percevoir les fruits et revenus de leurs récoltes, mais ils n'en sont pas pour autant les propriétaires. Ces producteurs sont en outre accompagnés par l'INAO, placé sous la tutelle administrative du ministère de

[702]AUDIER (J.), *«* Pour une qualification juridique internationale de l'appellation d'origine *»,* art. cit. *; «* De la nature juridique de l'appellation d'origine », art. cit., p. 21.

[703] AUDIER (J.), « Mondialisation et indications géographiques : Applications nationales de l'accord ADPIC », art. cit.

[704] « *Quant […] aux Indications Géographiques, également visés à l'article 1er de la Convention de Paris, s'ils constituent incontestablement des signes distinctifs et doivent à ce titre être rapprochés de la marque, ils ne sont pas l'objet de droits de propriété industrielle. […] En ce qui concerne les Indications Géographiques et en particulier les Appellations d'Origine, pourtant visées également par les articles 22 et suivants de l'Accord ADPIC […] ce n'est cette fois plus l'absence de régime légal spécifique, précisant les conditions, l'étendue et les modalités de la protection, qui exclut la qualification de droit de propriété intellectuelle ; […] Si cette qualification ne peut être retenue, c'est parce que ces signes, par nature, n'appartiennent à personne, n'ont pas de propriétaires ou de titulaires ; ils peuvent en effet être exploités par tous les opérateurs, en nombre a priori indéterminés, qui remplissent les exigences formulées par des dispositions légales, règlementaires ou des cahiers des charges. Faute de propriétaire, on ne saurait selon nous parler de propriété et donc de propriété industrielle.* ». PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, p. 4.

l'Agriculture. La particularité de l'AO se justifie par la nature non privative de son droit[705], ce qui la distingue fondamentalement des autres droits de propriétés intellectuelles. L'AO ne semble en effet appartenir à personne, à la différence de la marque qui est l'objet d'une propriété privée, à savoir celle du déposant.

En tout état de cause, les différentes interprétations de la doctrine française démontrent bien la difficulté de qualifier le droit des AO. Seule une intervention du législateur permettrait finalement de mettre un terme à ces débats en apportant une réponse claire sur le sujet, comme cela a été le cas en Espagne, où ces questions ont également généré un débat doctrinal. La loi 24/2003 du 10 juillet 2003 protégeait les noms géographiques comme biens du domaine public[706] et précisait que si l'AOP ou IGP couvrait plus d'une « communauté autonome », l'Etat était propriétaire ; mais que si l'AOP ou IGP couvrait uniquement la Communauté autonome, cette dernière autonome devenait alors titulaire des droits. Ce texte a été abrogé par la loi 6/2015 du 12 mai 2015, qui dispose que le nom géographique ou attaché à une AOP ou IGP relève du domaine public et que par conséquent, il ne peut pas faire l'objet d'une appropriation individuelle.

B. Des signes distinctifs aux fonctions et régime juridique différents

S'il est vrai que l'indication géographique est reconnue comme relevant de la propriété industrielle[707] et cherche à s'attacher une clientèle[708] à l'instar de la marque, leurs finalités respectives sont bien distinctes (1). Ce distingo est d'autant plus opportun qu'il permet le choix de l'un ou de l'autre selon l'objectif recherché à travers la protection[709]. En outre, ces signes distinctifs ne peuvent pas non plus être

[705] ADDOR (F.), GRAZIOLI (A.), « Geographical indications beyond Wine and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPS Agreement », The journal of World Intellectual Property 5(6), 2002, pp. 865-897.

[706] Art. 17 §1 de la loi n°24/2003 du 10 juillet 2003 sur la vigne et le vin (Boletin Oficial del Estado, 11 juillet 2003, n°165, p. 27165).

[707] CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, préc., pt 37 ; CJCE, 16 mai 2000, *Belgique c/ Espagne*, préc., pt 54.

[708] CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, préc., pt 28 : « (…) *Ces dénominations peuvent (…) jouir d'une grande réputation auprès des consommateurs et constituer pour les producteurs, établis dans les lieux qu'elles désignent, un moyen essentiel de s'attacher une clientèle. Elles doivent dès lors être protégées. »*

[709] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.*, pt 303 et s.

juridiquement assimilés, tant ils présentent des caractéristiques propres qu'une simple comparaison permet de les mettre en exergue (2).

1. Une différence de fonctions

Bien que le contenu de leur protection consiste en l'attribution du monopole d'exploitation d'un nom, ces deux signes distinctifs s'opposent et poursuivent des objectifs respectivement privés et publics. La Cour de justice affirme d'ailleurs une incompatibilité de principe entre ces deux signes distinctifs[710], en ce qui concerne leurs fonctions respectives.

L'obtention d'une AO suppose que toutes les étapes de réalisation du produit (à savoir la production, la transformation et l'élaboration) aient lieu dans la zone géographique délimitée et que les caractéristiques du produit proviennent de cette origine géographique. Le système de protection *sui generis* insiste sur cette preuve du lien à l'origine qu'il est nécessaire de fournir pour tout enregistrement. Une AO garantit d'une part une origine géographique[711] et d'autre part, que le produit qu'elle désigne présente certaines caractéristiques ou qualités particulières dues à cette origine géographique, fixées au cahier des charges[712]. Les AOP impliquent un fort lien constitué à la fois de facteurs naturels et de facteurs humains[713]. A noter que ce lien entre le titre de protection et le terroir est plus relatif s'agissant des IGP. Par cette double fonction, ces signes distinctifs permettent l'identification de produits, accompagnés d'une origine géographique, à laquelle le produit est nécessairement lié par une qualité particulière. Le lien entre la qualité du produit et le milieu

[710] FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Adegaborba : propriétés facilement reconnaissables et caractère descriptif », *Propriété industrielle*, n° 2, Février 2019, comm. 12.

[711] CJCE, 20 février 1975, *Commission des Communautés européennes c/ République fédérale d'Allemagne*, aff. 12/74 (ECLI:EU:C:1975:23) (« *Sekt et Weinbrandt »).*

[712] CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c/ Lor SA et Confiserie du Tech*, préc., pt 27 : « *[les indications géographiques] ne remplissent leur fonction spécifique que si le produit qu'elles désignent possède effectivement des qualités et des caractères dus à la localisation géographique de sa provenance* ».

[713]*« [l'appellation d'origine] concrétise officiellement et de manière contrôlée le lien entre le terroir de production et le vin qui en est issu. Mais cela va au-delà puisque ce sont des terroirs plus restreints en terme géographique qui peuvent servir, de manière complémentaire, à identifier un vin, un style, une typicité* » : BARTHE (F.), « Marque vinicole et revendication d'origine géographique », *Revue de droit rural*, n° 387, Novembre 2010, comm. 121. « *La protection des IG est, avant tout, la protection d'un produit typique et de sa terre, y compris les personnes, les cultures, les traditions, le savoir-faire et le terroir* » : BOYER-PAILLARD (D.), « Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce: la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques », *Revue de droit rural,* n° 435, Août 2015, étude 16.

géographique est contrôlé par l'autorité publique[714]. Pour pouvoir bénéficier de l'AOP ou IGP, les produits doivent être conformes aux spécifications fixées dans un cahier des charges, qui est la clé de voute du système législatif. L'AOP ou IGP garantit aux consommateurs l'origine géographique des produits qu'elle désigne, indépendamment de l'entreprise ou des opérateurs commerciaux qui l'utilisent. La fonction d'identification ne devient toutefois possible que si elle exerce la fonction de garantie d'un lien particulier entre le produit et son territoire d'origine. Ainsi, il ne s'agit pas seulement d'une simple mention géographique. Cette double fonction ne semble pas pouvoir s'appliquer aux marques, même lorsque ces dernières sont de nature collective.

La marque est un signe distinctif qui est destiné à désigner des produits et/ou des services d'une entreprise dans l'objectif de les distinguer de ceux de ses concurrents[715]. Très tôt, la Cour de justice reconnaît expressément à la marque une fonction essentielle, à savoir : celle de garantie d'identité d'origine[716]. Elle le rappelle d'ailleurs de façon constante et régulière qu'en tant que signe distinctif, la marque a vocation à *« garantir au consommateur ou à l'utilisateur final, l'identité du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service, de ceux qui ont une autre provenance* »[717]. Elle doit en effet constituer « *la garantie que tous les produits ou services qu'elle désigne ont été fabriqués ou fournis sous le contrôle d'une entreprise unique à laquelle peut*

[714] *Ibid.*

[715] Art. L 711-1 du CPI.

[716] CJCE, 22 juin 1976, *Société Terrapin (Overseas) Ltd. c/ Société Terranova Industrie CA Kapferer & Co.,* aff. 119/75 (ECLI:EU:C:1976:94) ; CJCE*,* 17 octobre 1990*, CNL-Sucal c/ Hag* GF, aff. C-10/89 *(*ECLI:EU:C:1990:359) (« *Hag II* ») : « *Par conséquent, ainsi que la Cour l'a reconnu à maintes reprises, l'objet spécifique du droit de marque est notamment d'assurer au titulaire le droit d'utiliser la marque pour la première mise en circulation d'un produit, et de la protéger ainsi contre les concurrents qui voudraient abuser de la position et de la réputation de la marque en vendant des produits indument pourvus de cette marque* » (§14). BOUCHE (N.), « L'objet spécifique du droit de marque », *D*. affaires*,* 2000, p. 103.

[717] CJCE, 22 juin 1976, *Société Terrapin (Overseas) Ltd. c/ Société Terranova Industrie CA Kapferer & Co.,* préc., pt 6. Voir aussi : CJCE, 11 novembre 1997, *Frits Loendersloot, agissant sous le nom commercial "F. Loendersloot Internationale Expeditie" c/ George Ballantine & Son Ltd e.a..,* aff. C-349/95 (ECLI:EU:C:1997:530) *(« Loendersloot »)*, pt 22 et 24 ; CJCE, 29 septembre 1998, *Canon Kabushiki Kaisha c/ Metro-Goldwyn-Mayer Inc., anciennement Pathe Communications Corporation,* aff. C-39/97 (ECLI:EU:C:1998:442*) (« Canon »)* ; CJCE, 18 juin 2002, *Philips Electronics* c*/ Remington Consumer Products*, aff. C-299/99 (ECLI:EU:C:2002:377) *(« Philips* »)*,* pt 30 ; CJUE, 6 mars 2014, *Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH c/ Pfahnl Backmittel GmbH*, préc., pt 20. Pour une étude plus approfondie de la fonction essentielle de la marque, voir : SOKOLOWSKA (A.)*, Le droit sur la marque : un « véritable » droit de propriété ? La question de la nature juridique de la marque en droit comparé franco-polonais*., Thèse sous la direction de J.-L. PIOTRAUT, Université de Lorraine, 2014, 343 p.

être attribuée la responsabilité de leur qualité »[718]*.* La marque remplit quand même une fonction d'indication géographique. Toutefois, cette fonction de garantie d'identité d'origine ne concerne pas une provenance géographique du produit à proprement parler, mais une source d'origine commerciale. Autrement dit, le consommateur doit être en mesure d'identifier l'origine d'une marchandise qui est revêtue de la marque en question et de la distinguer des entreprises concurrentes, l'objectif étant d'éviter toute tromperie ou risque de confusion. La marque garantit ainsi que lesdits produits et/ou services proviennent toujours du même fabriquant ou de la même entreprise. En outre, la Cour rappelle, dans son arrêt en date du 20 septembre 2017**[719]**, la différence de fonction entre la marque et l'IG : « *tandis que la marque de l'Union européenne est [...] un signe propre à distinguer l'origine commerciale de produits ou de services, une indication géographique est [...] une dénomination qui identifie un produit comme étant originaire d'une aire géographique déterminée, dont une qualité, la réputation ou une autre propriété peut être attribuée essentiellement à son origine géographique et dont au moins une des étapes de production a lieu dans l'aire géographique délimitée* »[720]. Cette fonction d'identité d'origine propre aux marques ne s'applique toutefois pas aux marques de nature collective[721] ayant un statut particulier. Toujours dans le même arrêt**[722]**, la Cour de justice vient préciser d'une part qu'une marque collective de l'Union européenne, même lorsqu'elle est à caractère géographique, remplit bien la même fonction d'identification du produit et/ou du service qu'une marque individuelle - à savoir :

---

[718] CJCE, 12 novembre 2002, *Arsenal Football Club c/ Matthew Reed,* aff. C-206/01 (ECLI:EU:C:2002:651 *) (« Arsenal »),* pt 48.

[719] CJUE, 20 septembre 2017, *The Tea Board c/ EUIPO*, aff. C-673/15 à C-676/15 (ECLI:EU:C:2017:702) (« *Darjeeling* »), pt 56. Dans cette affaire, The Tea Board, entité instaurée par la loi indienne sur le thé nº 29 de 1953 et habilitée à administrer la production de thé, a formé opposition à l'enregistrement de marques concernant des articles de lingerie féminine. L'opposition était fondée sur les marques suivantes : la marque communautaire collective verbale antérieure DARJEELING, demandée le 7 mars 2005 et enregistrée le 31 mars 2006 sous le n° 4325718 ; et la marque communautaire collective figurative antérieure demandée le 10 novembre 2009 et enregistrée le 23 avril 2010 sous le n° 8674327. Son opposition a été rejetée, car eu égard à l'absence de similitude entre les produits et les services visés par les signes en conflit, il n'existait pas de risque de confusion.

[720] Arrêt Darjeeling, préc., pt 62.

[721]Arrêt Darjeeling, préc., pt 41 : « (…) *Or, si, certes, ainsi que le rappelle, à juste titre, la requérante, la fonction essentielle d'une indication géographique est de garantir aux consommateurs l'origine géographique des produits et les qualités particulières qui leur sont intrinsèques (voir, en ce sens, arrêt du 29 mars 2011, Anheuser-Busch/Budějovický Budvar, C-96/09P, Rec, EU:C:2011:189, point 147), il n'en va pas de même pour ce qui est de la fonction essentielle d'une marque communautaire collective* ».

[722] Arrêt Darjeeling, préc., pt 56.

désigner une « entreprise unique »[723] - mais qu'elle a vocation à garantir l'origine commerciale collective des produits vendus sous cette marque. En effet, une marque collective est, par définition, exploitée par plusieurs opérateurs commerciaux[724]. Il existe donc une multiplicité de sources commerciales. D'autre part, elle précise que cette marque n'a pas à garantir leur origine géographique collective : « dès *lors, considérer que la fonction essentielle d'une marque collective de l'Union européenne [...] est de servir d'indication de l'origine géographique des produits ou des services proposés sous une telle marque, et non d'indication de leur origine commerciale, méconnaitrait cette fonction essentielle* »[725]. La marque de nature collective a alors pour fonction de désigner une origine commerciale collective. Elle peut toutefois désigner une origine géographique[726], et non commerciale, des produits désignés, sous réserve que cette condition soit intégrée dans le règlement d'usage par le titulaire concerné[727] - à la différence de la marque de certification de l'Union européenne qui ne peut garantir une provenance géographique.

La fonction d'identification de la provenance géographique peut contribuer à rapprocher la marque collective de l'AO. Cela n'est cependant plus le cas lorsqu'il s'agit d'apporter une garantie quant à la qualité juridique des produits. La marque collective présente en effet de nombreuses faiblesses, dont la principale tient à l'absence de la qualité des produits et/ou services qu'elles désignent.

Outre la fonction de garantie d'identité d'origine, la Cour de justice reconnaît d'autres fonctions[728] à la marque comme garantir la qualité du produit et/ou du

[723] Arrêt Darjeeling, préc., pt 43.

[724] Conformément à l'article 74 §1 du règlement (UE) 2017/1001 (anciennement art. 66 du règlement (CE) n°207/2009), elle distingue les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises, et non ces produits en fonction de leur origine géographique.

[725] Arrêt Darjeeling, préc., pt 54.

[726] Art. 74 §2 du règlement (UE) 2017/1001 : « *2. Par dérogation à l'article 7, paragraphe 1, point c), peuvent constituer des marques collectives de l'Union européenne au sens du paragraphe 1 des signes ou indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique des produits ou des services […].* »

[727] A noter que le titulaire ne peut interdire l'utilisation de bonne foi d'un tel signe par un tiers habilité à utiliser une dénomination géographique. Art. 74 §2 du règlement n°2017/1001.

[728] Telles que la fonction de l'exclusivité ou la réservation de l'usage du signe et une fonction de communication, d'investissement ou de publicité. PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*. ; OHMI, ch. rec., 14 septembre 2000, *Unilever*, n°R 436/1999-1, *PIBD* 2001, 734-III-367. : « (…) *la fonction d'origine n'est pas, ou n'est plus la seule fonction juridique d'une marque. La marque renferme également le goodwill [l'image de marque] associé à un produit déterminé, rendant ainsi le goodwill facilement transférable au moyen d'une cession ; elle remplit une fonction de garantie en suscitant chez le consommateur une attente que le produit qu'il achète demain aura la même qualité que le produit qu'il a acheté hier, et elle remplit une fonction publicitaire en ce sens qu'elle constitue un*

service sur lequel elle est apposée[729]. Cela ne signifie pas pour autant qu'elle garantit une qualité aux produits et/ou services désignés que ce soit en termes de savoir-faire ou de rattachement à un terroir, comme c'est le cas pour l'indication géographique[730].

Dans le système mis en place par l'Union européenne (et dans les pays où existe une législation spécifique sur les appellations d'origine), pour obtenir l'enregistrement en tant qu'AOP ou IGP, le groupement de producteurs demandeur doit démontrer l'existence d'un lien particulier entre les caractéristiques du produit et son origine géographique, et doit s'engager à ce que toutes les phases fixées au cahier des charges aient bien lieu dans la zone géographique délimitée. Ces conditions ne sont pas requises pour l'enregistrement d'une marque. Il n'existe « *aucune assurance d'une qualité constante ailleurs que dans l'esprit des consommateurs* »[731]. On parle alors de « *garantie psychologique* »[732]. Elle présenterait par conséquent plus un caractère économique que juridique. En tout état de cause, cette seconde fonction permet la garantie d'une certaine constance de qualité des produits revêtus d'une même marque pour les consommateurs, les guidant ainsi dans leurs choix quotidiens. Elle offre aux consommateurs un point de repère essentiel. Toutefois, elle ne peut pas exercer cette fonction de garantie de qualité d'un point de vue juridique, au même titre d'une IG, d'autant plus que les caractéristiques des produits peuvent changer (nature, composition ou ingrédients, zone de production, etc.). Alors qu'il est établi que la marque individuelle ne comporte pas de garantie juridique de la qualité des produits[733], la question qui se pose est notamment de savoir si la marque collective, voire la marque de certification, peut remplir ce rôle par le biais de leur règlement d'usage et ainsi être assimilée davantage à l'IG. Au niveau européen, en ce qui concerne la marque collective de l'Union européenne, le règlement d'usage indique « *les personnes autorisées à utiliser la marque, les conditions d'affiliation à*

---

bon moyen par lequel les efforts visant à créer une image positive pour un produit peuvent être canalisés ». Voir, en ce sens, CJUE, 23 mars 2010, *Google France et Google*, aff. C-236/08 à C-238/08 (ECLI:EU:C:2010:159), pts 77 et 82 ; CJUE, 22 septembre 2011, *Interflora Inc. et Interflora British Unit c/ Marks & Spencer plc et Flowers Direct Online Ltd.*, aff. C-323/09 (ECLI:EU:C:2011:604), pts. 37 à 40.

[729] KAMPERMAN-SANDERS (A.), MANIATIS (S.), "A consumer trade-mark: Protection based on origin and quality", EIPR 1993, n°11, p. 406.

[730] Arrêt Sekt et Weinbrandt , préc., pt 7.

[731] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, pt 51.

[732] LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.*, pt 316.

[733] Par l'absence de sanction juridique de cette qualité. *Ibid.*

l'association ainsi que, dans la mesure où elles existent, les conditions d'usage de la marque, y compris les sanctions »[734]. Ce type de marque vise uniquement une fonction de garantie d'origine, celle de la collectivité des membres de l'association réglementant l'usage de la marque, dans l'intérêt collectif du groupe. Elle ne permet pas toutefois de garantir au consommateur un niveau de qualité, voire la typicité d'un produit. Bien qu'elles aient des caractéristiques en commun, la marque de certification a une fonction différente dans la mesure où elle est un gage de qualité[735]. En effet, le règlement d'usage précise : « *les personnes autorisées à utiliser la marque, les caractéristiques que certifie la marque, la manière dont l'organisme de certification vérifie ces caractéristiques et surveille l'usage de la marque » et « les conditions d'usage de la marque, y compris les sanctions »*[736]. Elle a pour fonction principale de garantir aux consommateurs la qualité des produits ou des services pour lesquels *« la matière, le mode de fabrication des produits ou de prestation des services, la qualité, la précision ou d'autres caractéristiques, à l'exception de la provenance géographique, sont certifiés par le titulaire par rapport aux produits ou services qui ne bénéficient pas d'une telle certification* », dans un objectif d'intérêt général. Elle remplit une fonction de garantie de conformité des produits ou services bénéficiant de la marque par rapport à certains critères spécifiques proposés par son règlement d'usage[737]. Elle repose finalement sur un contrôle des produits, à la différence de la marque collective qui, elle, repose sur un contrôle des membres affiliés à l'association donnée. Le règlement d'une marque de certification a par conséquent un rôle bien plus important que celui d'une marque collective en ce qui concerne l'information sur la qualité des produits. Elle ne peut toutefois garantir la provenance géographique.

Au niveau national, le dépôt d'une marque collective ou de garantie (anciennement « marque de certification ») doit être accompagné du règlement d'usage dont le contenu et certaines qualités ou caractéristiques sont précisés. Certaines mentions obligatoires doivent désormais y figurer conformément aux nouveaux articles R 715-1 et R 715-2 du Code de la propriété intellectuelle. Les exigences envers les titulaires

[734] Art. 75 §2 du règlement (UE) 2017/1001.
[735] TUE, 13 juillet 2018, *Pallas Halloumi,* préc.
[736] Art. 84 §2 du règlement (UE) 2017/1001.
[737] Une marque de certification peut garantir plusieurs caractéristiques. A titre d'illustration, la marque « Darjeeling », enregistrée aux États-Unis en tant que marque de certification, certifie que le thé provient d'une région spécifique de l'Inde et que la qualité répond à des normes établies par un organisme certificateur.

de droits se voient même renforcées. En le plaçant au cœur de ce nouveau régime, le règlement d'usage permet-il d'assurer la garantie de la provenance géographique et les qualités qui s'y attachent, comme le fait le cahier des charges de l'IG ? La réponse est non.

D'une part, alors que le régime des marques collectives françaises vise à être aligné sur celui de la marque collective de l'Union européenne, l'ordonnance n'a pas opté pour la dérogation autorisée par la directive (UE) 2015/2436[738] qui permettait aux Etats membres de prévoir que les signes ou indications susceptibles de désigner, dans le commerce, la provenance géographique des produits ou des services, puissent constituer des marques collectives. Cette exception à l'exigence de distinctivité n'a pas été retenue.

D'autre part, la marque collective n'a pas non plus vocation à « *garantir [...] la conformité de produits ou services à des exigences et caractéristiques prédéterminée* »[739]. Son objectif n'est pas de garantir un niveau de qualité, puisqu'aucune uniformisation des caractéristiques n'est exigée, ni même de contrôle de qualité des produits et/ou des services désignés. Seules des conditions d'affiliation au groupement et des modalités d'exploitation sont définies dans le règlement d'usage. Ceci n'exclut toutefois pas la possibilité pour le titulaire la marque d'y mentionner des exigences quant à la qualité, au savoir-faire et/ou à la provenance géographique, mais encore faut-il que le titulaire souhaite les intégrer. Le titulaire de ladite marque n'est en aucun cas tenu d'y inclure une condition sur l'origine géographique dans le règlement d'usage. Si c'est le cas, la législation ne le contraint pas à prouver l'existence d'un lien entre cette origine géographique et les qualités du produit ou service. Il n'existe à ce jour aucun contrôle étatique qui permette de vérifier le bon respect des conditions fixées au référentiel. Seul le titulaire de la marque en question en est responsable.

En ce qui concerne la marque de garantie, il s'agit pour rappel d'une marque qui vise à identifier l'origine des produits ou services pour lesquels certaines caractéristiques

[738] Art. 29 §3 de la directive (UE) 2015/2436 : « *3. Par dérogation à l'article 4, paragraphe 1, point c), les États membres peuvent prévoir que les signes ou indications susceptibles de servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique des produits ou des services peuvent constituer des marques collectives. Une telle marque collective n'autorise pas le titulaire à interdire à un tiers d'utiliser, dans la vie des affaires, ces signes ou indications, pour autant que ce tiers en fasse un usage conforme aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale. En particulier, une telle marque ne peut être opposée à un tiers habilité à utiliser une dénomination géographique.* »

[739] A propos de la marque collective « Logis de France » : CA Paris, 13 mars 2015, n° 14/12664.

sont garanties, telles que la matière, le mode de fabrication ou de prestation, la qualité, la précision, etc. A l'instar de la marque collective, elles obéissent à un régime conditionné en partie par le règlement d'usage. La marque de garantie confère toutefois une garantie de conformité des produits ou services marqués par rapport à certaines caractéristiques. Son règlement d'usage est une sorte de cahier des charges homologué, qui doit notamment prévoir un système de contrôle régulier. On pourrait être tenté cette fois-ci de croire que cet outil se rapproche davantage de celui de l'AO, mais son contenu ne semble pas aussi bien défini que ce dernier, les textes de lois n'apportant guère plus de précisions sur ce point[740].

Alors que l'origine et la qualité sont les deux éléments essentiels à la protection de l'AO, la marque collective ne semble pas garantir le lien entre un produit et sa provenance géographique même si des règles communes sont édictées et appliquées. Une autre dissemblance réside dans le fait que le contrôle du cahier des charges doit être assuré par un organisme indépendant[741] en ce qui concerne l'AO, alors qu'il est garanti par le titulaire de la marque (soit une association, un groupement de producteurs) dans le cas de la marque collective. La nature privée de la certification ne permet pas toujours de garantir le caractère immuable des règles fixées au règlement d'usage et laisserait la porte ouverte au jeu de groupes de pression, qu'ils soient internes ou externes. En analysant cette différence, il est toutefois important de préciser que dans le cas de la marque de certification, le titulaire qui est responsable du contrôle, se voit interdire la possibilité de produire et/ou commercialiser les produits et/ou services certifiés. En tout état de cause, l'utilisation d'une marque collective en tant qu'instrument de protection des IG est risquée étant donné la multitude de labels dits « de qualité » liés soit à l'origine, une qualité supérieure, un environnement, voire une tradition, qui rend les repères difficiles. Le consommateur a souvent du mal à distinguer les signes qui sont censés faciliter la reconnaissance des produits. Le risque est alors de confondre la marque avec l'IG. N'oublions pas que l'IG est gage de confiance pour les consommateurs

[740] LE GOFFIC (C.), « La marque de nature collective fait-elle bon ménage avec l'indication géographique », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

[741] L'organisme de contrôle est un organisme tiers offrant des garanties de compétence, d'impartialité et d'indépendance exigées par la réglementation, agréé par l'autorité publique, l'INAO. Art. L 642-27 du C. rur.

que ce soit envers le produit que le producteur[742], car elle permet une stabilité avec la garantie d'une typicité locale des produits, tout cela sous le regard avisé de l'autorité publique.

2. Une différence de régime juridique

Pour prétendre à une protection sur l'ensemble du territoire européen, il faut au préalable obtenir la dénomination au niveau national. Pour rappel, une procédure initiale au niveau national se déroule sous le contrôle de l'autorité désignée par l'Etat membre pour l'enregistrement de la dénomination, à laquelle succède une procédure européenne sous l'égide, cette fois-ci, de la Commission européenne[743]. Une fois l'enregistrement en tant qu'AOP ou IGP effectif, la dénomination bénéficie d'une protection juridique spécifique sur l'ensemble du territoire européen (y compris national) ainsi que dans les pays non-membres avec lesquels un accord de protection spécifique a été signé. Toutefois, l'obtention d'une AOP ou d'une IGP peut paraître comme un processus long, difficile et fastidieux[744] pour les producteurs, comparé à un « simple » enregistrement de marque. Les règles en matière de droit des marques ne prévoient en effet qu'un examen : celui de la disponibilité du signe choisi. Que ce soit pour une marque de droit commun ou pour une marque collective et de certification, la marque ne doit pas avoir été enregistrée par des tiers. En outre, la marque peut elle aussi bénéficier d'une protection au niveau national et au niveau européen[745], selon les besoins et les objectifs fixés par le titulaire. L'opérateur peut

[742] FORT (F.), RASTOIN (J.-L.), « Marchés agroalimentaires, choix du consommateur et stratégies d'entreprises fondées sur le territoire : le modèle européen des indications géographiques », in *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens - Montpellier : CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes)*, 2009, 379 p.

[743] Voir Partie 1 – Chapitre 1 –Section 1 - §2 – B – 2.

[744] « *La notion d'Indication Géographique 'nouvelle', la reconnaissance […] des Indications Géographiques impose de suivre un processus parfois long, particulièrement exigeant notamment dans la démonstration du lien au terroir du produit. Ce lien au terroir signifie que le produit tire ses caractéristiques de son origine géographique symbolisé par le nom donné au produit. Ainsi, force est de constater que les producteurs n'ont pas de choix lors de la reconnaissance du produit en indication géographique, le nom géographique s'impose lui-même*. ». FOUKS (V.) (INAO), « Quand est-ce qu'une Indication Géographique « nouvelle » pourrait remplacer une marque préexistante, ou le contraire ? », AIDV, Bulletin d'information n° 34, octobre 2004, p. 28.

[745] Cons. 7 du règlement (UE) 2017/1001 : « *Le droit des marques de l'Union ne se substitue toutefois pas aux droits des marques des États membres. En effet, il n'apparaît pas justifié d'obliger les entreprises à déposer leurs marques comme marques de l'Union européenne* ». Voir CJCE, 22 juin 1994, *IHT Internationale Heiztechnik c/ Ideal-Standard*, aff. C-9-93 (ECLI:EU:C:1994:261), pt 56 : le droit européen des marques ne se substitue pas

déposer librement une marque nationale en France devant l'INPI [746] et/ou une marque européenne devant l'EUIPO**.** Toutefois, s'il vient à exporter ses produits et/ou services, notamment par l'intermédiaire de partenaires étrangers, il peut aussi étendre la protection de sa marque à d'autres pays. Le dépôt de marque internationale permet également d'obtenir une protection à une plus grande échelle, par le biais d'un dépôt unique auprès de l'OMPI. La protection peut être totale. Toutefois, le dépôt d'une marque a un coût, supporté, de manière générale, par le titulaire seul. Tout d'abord, outre le montant de la redevance due à l'organisme d'enregistrement (taxes distinctes selon les pays), d'autres frais sont incompressibles, tels que ceux prévus pour les travaux préparatoires de recherches (vérification de la distinctivité de la marque, recherche d'antériorité), la sélection de classes supplémentaires auxquelles les produits et/ou services sont rattachés, les honoraires du conseil en propriété industrielle, etc. Ensuite, une fois l'enregistrement effectif, le titulaire doit entretenir et maintenir sa marque en vigueur pour ne pas risquer de perdre ses droits, doit la surveiller pour pouvoir défendre son monopole d'exploitation (mises en demeure, oppositions, actions judiciaires en contrefaçon) et doit apporter des preuves pertinentes d'exploitation ; tout cela engendre là aussi des frais. Pour finir, une marque est généralement protégée pour une période de dix ans, le renouvellement de cette dernière étant possible sur paiement d'une taxe. A l'inverse, l'AOP/IGP n'est pas soumise à une période de validité spécifique. Sa protection restera valide à moins que son enregistrement ne soit annulé au niveau européen.

L'AOP/IGP est un droit de propriété intellectuelle sans titulaire à usage collectif, soit un droit de propriété « hors norme »[747]. Elle est considérée comme un bien collectif reconnu par l'autorité publique, contrôlé de manière régulière par des organismes indépendants et utilisé par toute personne qui respecte les conditions

aux droits des marques des États membres et que la marque européenne se superpose simplement aux titres nationaux, rien n'obligeant les entreprises à acquérir des marques européennes.

[746] A titre d'illustration, en France, l'INPI se charge d'examiner la demande de dépôt d'une marque sur le fond - à savoir si la marque remplit bien les des critères de validité prévus par le CPI – et sur la forme – à savoir si le formulaire de dépôt a bien été rempli ou si les redevances ont bien été payées. A noter que l'INPI ne procède à aucune recherche d'antériorités.

[747] TALLON (A.), *Les appellations d'origine, op. cit*.

requises sans payer de redevances[748]. Les AO n'ayant pas de titulaire en tant que tel, ce sont les pouvoirs publics qui interviennent directement contre les nombreuses usurpations tant sur le territoire national qu'à l'étranger. Mais encore faut-il que l'Etat membre souhaite engager des poursuites pour assurer la protection des AOP et IGP[749]. La marque est, quant à elle, un droit de propriété privatif, dont le titulaire est une personne physique ou morale, même dans le cas d'une marque collective. L'usage en est aussi exclusif. Ainsi, la protection juridique et la défense de la marque incombe à son titulaire, contrairement à l'AOP/IGP. En tout état de cause, il convient de soulever l'importance de la gestion et de la défense des AOP/IGP par les groupements de producteurs qui relativise cette différence entre la marque et l'AOP/IGP, grâce notamment à leur gestion commune des litiges. Par ailleurs, les ODG et les opérateurs en France peuvent se constituer partie civile aux côtés de l'INAO dès lors qu'une atteinte à une appellation porte préjudice aux intérêts de la profession[750].

Une fois reconnue au niveau européen, l'AOP/IGP n'est pas appropriable puisqu'elle est une dénomination à usage collectif, instaurée dans l'intérêt d'une collectivité de producteurs. Elle ne peut alors être ni cédée, ni exploitée sous licence. Elle ne créé qu'un droit d'usage, dont seuls les producteurs qui élaborent des produits dans cette zone d'origine conformément aux normes prévues peuvent bénéficier. Contrairement aux autres droits intellectuels, l'AO a en effet un caractère incessible et inaliénable. Il s'agit d'une indication qui ne peut pas se détacher de l'origine géographique du produit et qui est consolidée par la garantie que le lieu de production ne sera jamais délocalisé. C'est la raison pour laquelle un producteur ne peut s'assurer le monopole d'une AOP ou IGP par le biais d'un dépôt de marque. La

[748] Art. 37 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 : « (…) *Les coûts afférents à cette vérification du respect du cahier des charges peuvent être supportés par les opérateurs soumis à ces contrôles. Les États membres peuvent aussi contribuer à la prise en charge de ces coûts.* ». Ces coûts étaient traditionnellement à la charge des opérateurs bénéficiant des signes de qualité (art. 11 §1 al. 2 du règlement (CE) n°510/2006).

[749] CJCE, 26 février 2008, *Parmesan,* préc. : JO C 92 du 12 avril 2008 p. 3. Voir LE GOFFIC (C.), « AOP - Le parmesan, c'est râpé ! (Commentaire de l'arrêt de la CJCE du 26 février 2008) », *Propriété industrielle,* n° 7-8, Juillet 2008, étude 16 ; SCHMIDT-SZALEWSKI (J.), « Protection communautaire des dénominations géographiques », *Propriété industrielle*, 6, Juin 2009, pp. 1-4. Cass., ch. réunies, 5 avril 1913, D. 1914. 1.65, S. 1920.1.49., note A. MESTRE citée dans OLSZAK (N.) « Appellations d'origine et indications de provenance », *Répertoire Dalloz de droit commercial, Répertoire Dalloz de droit pénal*, 2003, 47 p. et nouv. édition, octobre 2008, p. 7.

[750] MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international, op. cit.,* pt 946 et s.

marque se verrait annulée dans cette hypothèse. A l'inverse, la marque est cessible et peut être exploitée sous licence par n'importe qui et n'importe où dans le monde. La marque peut être délocalisée puisqu'elle est liée à une entreprise particulière et non à une zone géographique. Elle provient uniquement de l'imagination de l'homme, alors que l'AO est non seulement liée au génie de l'homme mais aussi à des facteurs naturels, interdisant par-là la délocalisation de la production. Par ailleurs, il convient aussi de noter qu'un « dépositaire » et usager d'une IG a davantage de droits et d'obligations qu'un titulaire d'une marque. Ce dernier peut en disposer comme il l'entend[751] au risque de la voir disparaitre. En effet, lorsqu'il y a transfert d'entreprise, la marque peut continuer à vivre, mais peut aussi perdre la valeur économique qu'elle représente pour le lieu indiqué. L'exemple type est celui de la très réputée marque Pierre Cardin. Son titulaire a fondé toute sa stratégie commerciale sur le modèle des licences. L'image de la marque s'en est trouvée affectée, noyée dans une multitude de licences de produits Pierre Cardin qui diffèrent de l'activité initiale (porcelaine, sardine, parfum, cigarettes, etc.)[752] et rendant ainsi difficile son identification auprès des consommateurs. Ainsi, la marque, même de nature collective, ne garantit pas la même stabilité que l'AOP/IGP. Cette stabilité n'est pas non plus acquise lorsqu'il s'agit du règlement d'usage, le titulaire de la marque étant seul habilité à exercer la surveillance[753] et le contrôle du respect du règlement d'usage. Le règlement d'usage peut en outre être transformé au gré du titulaire, ce qui n'est pas le cas du cahier des charges qui nécessite de respecter une procédure longue et rigoureuse[754].

---

[751] Art. L 714-1 du CPI.

[752] REDDY (M.), TERBLANCHE (N.), "How Not to Extend Your Luxury Brand", Harvard Business Review, 83 (12), 2005, pp. 20-24.

[753] A titre d'illustration, le titulaire de la marque collective « Halloumi » au niveau européen, le gouvernement chypriote, avait perdu ses droits sur le marché britannique fin 2018, en raison de son inaction face à une demande d'annulation déposée par la société britannique, John & Pascalis Ltd. Le Tribunal britannique avait fait valoir que *« Les procédures internes du ministère (chypriote) étaient si désorganisées que la lettre contenant la demande (d'invalidation) est passée de fonctionnaire en fonctionnaire après sa réception le 9 février 2018, sans qu'aucune action ne soit entreprise » et* a statué en faveur de ladite société. TSIOURTOU (K.), "Unravelling the story behind the Intellectual property of Halloumi Cheese; a 'State Affair' for Cyprus", *Stockholm Intellectual Property Law Review*, Vol. 2, Issue 2, December 2019. A noter que le gouvernement chypriote a réenregistré la marque « Halloumi » auprès de l'office britannique de la propriété intellectuelle le 31 janvier 2020.

[754] La procédure de modification des cahiers des charges a toutefois été simplifiée par le règlement (UE) n°2019/34. Il existe deux procédures différentes selon les types de modifications, à savoir la « modification au niveau de l'Union » (modification du nom de l'appellation, modification de catégorie de produit, risque de dénaturation du lien à l'origine ou encore l'instauration de restrictions liées à la commercialisation du vin) qui doit être validée par la Commission européenne avant de pouvoir être appliquée ; et la « modification

Le caractère incessible et inaliénable de l'AOP/IGP est aussi renforcé par le fait qu'une fois établie, elle ne saurait, par définition, devenir générique et « *tomber dans le domaine public* »[755]. Cette protection contre la dégénérescence permet en principe de conférer des droits illimités dans le temps. Elle ne connait pas de limite temporelle. Elle devient ainsi, par sa reconnaissance, perpétuelle et imprescriptible, contrairement à une marque qui connaît un caractère temporaire[756] généralement attribué à une propriété intellectuelle. L'étendue du monopole de la marque connaît en effet des restrictions et des limites, tels que l'épuisement des droits. A titre d'illustration, la perte du droit sur une marque en France peut intervenir pour défaut d'exploitation, qui, de manière générale, vient du fait de la simple négligence du titulaire de la marque en question. Outre le défaut d'exploitation, il est possible que la déchéance d'une marque intervienne pour dégénérescence parce qu'elle est devenue une marque usuelle ou une marque trompeuse. Autrement dit, le titulaire de la marque n'a pas défendu son droit et est donc présumé y avoir renoncé tacitement.
Outre le défaut d'exploitation ou de la dégénérescence de la marque, conformément au droit commun, le droit européen prévoit que la déchéance de la marque collective de l'Union européenne peut être prononcée « *si le titulaire ne prend pas de mesures raisonnables en vue de prévenir un usage de la marque qui ne serait pas compatible avec les conditions d'usage prévues par le règlement d'usage* »[757], ou lorsque « *la manière selon laquelle la marque a été utilisée par le titulaire a eu pour conséquence*

---

standard » qui est applicable dans l'Etat membre dès sa validation au niveau national et sur le territoire de l'Union après leur publication au JOUE. Cette nouveauté permet d'accélérer les procédures, les modifications devenant applicables dès leur validation sur le plan national.

[755]Art. L 643-1 du C. rur. La règle européenne s'impose en droit français en raison du caractère contraignant de la réglementation de l'Union européenne et du caractère exclusif de son application. Voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 2.

[756] Tout tiers intéressé peut obtenir en justice la déchéance d'une marque à la condition de prouver que pendant un délai de cinq ans, la marque n'a pas été exploitée ou alors insuffisamment. Selon les dispositions de l'article L 714-5 du CPI « *Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de cinq ans (…)* ». En ce qui concerne la marque communautaire, l'article 15 du RMC dispose, quant à lui, que « *Si dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque communautaire n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans la Communauté pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque communautaire est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage (…)* ». La perte du droit est encourue et le signe tombe dans le domaine public, ce qui signifie qu'il redevient à la disposition de tous : CA Aix-en-Provence, 19 mars 2009, n°07/16434. Si la déchéance de la marque est prononcée, alors celle-ci sera annulée. Cette annulation n'est toutefois pas rétroactive : elle court à compter de l'expiration du délai de 5 ans de non-exploitation de la marque. En outre, lorsque le titulaire de la marque tolère sans agir pendant 5 ans des actes de contrefaçon, l'action en contrefaçon devient irrecevable.

[757] Art. 81 a) du règlement (UE) 2017/1001.

qu'elle est devenue susceptible d'induire le public en erreur ». Ainsi, une marque ne peut continuer d'exister que si son titulaire l'exploite activement et qu'il la renouvelle à son expiration[758]. La différence avec l'AOP et IGP doit néanmoins être nuancée puisqu'une marque peut aussi conférer des droits illimités dans le temps, cette dernière pouvant être renouvelée à l'infini. Cependant, l'appellation d'origine est en principe protégée contre toute déchéance. L'AOP/IGP semble subsister peu importe qu'un producteur perde son droit d'usage pour non-respect du cahier des charges concerné ou qu'un produit soit déclassé. Aucune de ces situations ne semble remettre en cause l''existence de l'AOP/IGP, alors que la simple négligence du titulaire d'une marque suffit à lui faire perdre ses droits.

Alors qu'on peut être tenté de croire le contraire, le dépôt d'une marque n'est pas une simple formalité et nécessite, de la part de l'opérateur, une réelle réflexion quant à la stratégie à mettre en place pour ses produits - d'autant plus qu'une erreur peut lui coûter cher et mettre en péril la protection de la marque. Il convient par ailleurs de rappeler que l'AO est accessible à tous sans coûts excessifs et permet une protection bien plus étendue que celle offerte par le droit des marques.

Section 2. Des conflits de priorité de droits

Une fois enregistrée au registre tenu par la Commission européenne, l'AOP/IGP est protégée par l'ordre juridique européen[759]. Le spectre de la protection de l'AOP/IGP est très étendu. Dans la mesure où une marque qui comporte un élément d'une AOP/IGP ne peut être enregistrée, évoquer les effets de cette protection implique nécessairement de s'interroger sur la manière dont les AOP interagissent avec les marques. La simple reconnaissance d'une AOP/IGP peut par exemple suffire à mettre en péril les droits d'une ou plusieurs entreprises ayant

[758] Art. L 712-1 du CPI. La durée de vie d'une marque est de 10 années renouvelable. Le titulaire doit veiller à la renouveler dans les délais impartis, à savoir dans les 6 mois précédent le dixième anniversaire de la marque, la date de référence étant celle du dépôt.

[759] Art. 13 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 103 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 21 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 20 §2 du règlement (UE) n°251/2014. Cons. 32 : « *Il y a lieu d'étendre la protection des appellations d'origine et des indications géographiques aux usurpations, imitations et évocations des dénominations enregistrées concernant des biens ainsi que des services afin de garantir un niveau de protection élevé et l'aligner sur celle applicable au secteur du vin.* ». Il existait une différence de régime dans le règlement (CE) n°510/2006 où chaque Etat n'avait pas pour obligation de prendre des mesures administratives ou judiciaires nécessaires pour empêcher toute pour l'utilisation illégale visée au paragraphe des IG cité précédemment. Voir arrêt Parmesan : Propr. Industr. Juin 2009, p. 38, note J. SCHMIDT-SZALEWSKI.

déposé, antérieurement à cette reconnaissance, des marques similaires à ladite appellation. Nombre d'interférences et de conflits existent entre les marques et les AOP/IGP, si bien que lorsque ces régimes de protection se mettent en concurrence, la question de la priorité à donner à l'un ou à l'autre se pose *de facto*. La réglementation européenne en matière d'indications géographiques comporte des dispositions qui permettent d'articuler leur relation avec le droit des marques dans l'Union européenne, et notamment d'ordonner la priorité des droits antérieurs de ces signes distinctifs. Ces dispositions doivent toutefois être lues en complément de celles relatives au droit des marques[760]. En effet, ces dernières sont les seules à mentionner les règles à respecter en cas de conflit entre une AOP ou IGP avec une marque enregistrée postérieurement. En outre, la réglementation relative au droit des marques s'est considérablement enrichie depuis la réforme dite « paquet marques » et vient élargir la protection dont bénéficient les indications géographiques. Ceci témoigne, une fois de plus, de leur importance économique.

Lorsque l'on compare les différents textes européens, il ressort que les relations entre les AOP et les marques semblent s'articuler autour de trois principes. En premier lieu, si une marque est antérieure, elle ne pourra empêcher l'enregistrement d'une AOP ou IGP que si elle jouit d'une réputation ou d'une notoriété, et que si un risque de confusion existe dans l'esprit du consommateur. En second lieu, en cas d'enregistrement d'une AOP ou IGP, les droits acquis par la marque antérieure ne seront pas pour autant remis en cause, même si ces deux signes portent sur le même type de produits. Ils coexisteront ainsi conformément aux principes du droit en la matière (§2). En dernier lieu, la coexistence desdits signes ne permet pas de laisser s'étendre la marque, notamment dans le cas d'un dépôt d'une marque nouvelle qui résulte de l'évolution de la stratégie commerciale menée par le titulaire (§1).

[760] L'existence de discordances réside dans le fait que les règlements communautaires concernant les appellations d'origine ont été rédigés par la Direction Générale Agriculture, alors que les dispositions en matière de marques ont été rédigées par la Direction Générale Marché Intérieur. GEVERS (F.), « L'imbroglio dans la confusion. Le conflit entre les appellations d'origine et les marques », in *X, Jura Vigilantibus, Antoine Braun, les droits intellectuels, le barreau*, Bruxelles, Larcier, 1994, p. 174. Cité par TALLON (A.), *Les appellations d'origine*, *op. cit.*, p. 266.

§1. L'indisponibilité des AOP et des IGP

Dès lors qu'elle porte atteinte à une AOP ou IGP, la marque ne pourra être adoptée[761]. Le fait de produire et/ou commercialiser un produit sous AOP ou IGP permet de bénéficier d'une protection juridique étendue tant sur le plan national qu'européen[762], et dans une moindre mesure, dans les pays tiers en fonction des accords en vigueur (A). En outre, les dénominations géographiques enregistrées font partie des antériorités opposables à une marque postérieure, au titre du droit des marques (B).

A. Une protection sur le fondement du droit spécifique aux AOP et IGP

A l'instar de la marque commerciale, l'AOP/IGP est protégée contre toute utilisation commerciale directe[763] ou indirecte[764] par autrui des produits du même genre ou d'un genre similaire qui n'y ont pas droit. C'est le contenu même du principe de spécialité (1). Sa protection est également étendue à tout autre produit dès lors que les conditions nécessaires sont remplies. La jurisprudence a en effet admis une dérogation quant au principe de spécialité pour les dénominations enregistrées, faisant primer le droit des dénominations des AOP et IGP sur celui des marques (2).

1. L'utilisation commerciale pour des produits comparables qui n'y ont pas droit

Les signes distinctifs répondent de manière générale au principe de spécialité, c'est-à-dire qu'ils ne sont protégés que pour un secteur économique donné, soit pour des produits ou des services identiques ou similaires. Cela signifie que, en application de ce principe, ces dénominations doivent en toute logique rester disponibles pour désigner des produits ou des services autres que pour lesquels

[761] Par parallélisme avec ce que prévoit déjà l'article L. 711-4 du CPI en faveur des appellations d'origine. S'agissant de la marque, l'article L 711-4 du CPI dispose que ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment à une appellation d'origine protégée ou à une indication géographique.

[762] Le contenu de la protection des AOP ou IGP est semblable à celui définit par le législateur français. LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis*, *op. cit*., pt 228.

[763] CJUE, 14 septembre 2017, *Port Charlotte,* préc.; CJUE, 20 décembre 2017, *Champagner Sorbet*, préc., RDR, mars 2018, n° 461, note Th. GEORGOPOULOS, JCP G 2018, 154, note S. VISSE-CAUSSE.

[764] CJUE, 7 juin 2018, *Scotch Whisky Association c/ Michael Klotz*, aff. C-44/17 (« *Glen Buchenbach »)* (ECLI:EU:C:2018:415), pt 1 de la réponse à la question préjudicielle.

elles sont connues. Des concurrents peuvent ainsi utiliser le même signe pour les autres secteurs, soit pour des produits ou services différents. Dans l'hypothèse d'un enregistrement du nom « Saint-Emilion » pour des berlingots, le terme « Saint-Emilion » peut être utilisé à toutes les sauces, à condition que ce ne soit pas une sauce viticole. A l'instar des marques, le principe de spécialité s'applique aux AOP et IGP, dont la protection ne couvre que les produits ou services pour lesquels elles sont réputées. En ce qui concerne le secteur agroalimentaire, si la demande d'enregistrement de la marque est présentée après la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'AOP/IGP auprès de la Commission, elle ne peut être enregistrée pour un même type de produit si une AOP/IGP est déjà enregistrée et si l'usage de ladite marque enfreint l'étendue de la protection de la dénomination enregistrée[765]. A titre d'illustration, la marque de fromage « Grana Biraghi » a été annulée par le TPICE pour atteinte à l'appellation d'origine « Grana Padano » qui était antérieurement enregistrée au titre du Règlement (CEE) nº 2081/92. D'autre part, si une marque a été enregistrée en violation de cette disposition du droit européen, celle-ci doit être annulée[766]. Les textes européens appliquent le principe *prior tempore, potior jure*[767]. Selon ce principe, l'enregistrement d'une marque postérieure comportant une indication qui constitue déjà une dénomination géographique viendrait interférer avec des droits préexistants, ceux de la dénomination enregistrée. Est ainsi prohibé l'enregistrement de marques postérieures à la protection des AOP/IGP et non conformes aux normes applicables au produit concerné. La réglementation européenne pour les produits vitivinicoles semble toutefois bien moins protectrice que celle des produits agricoles et denrées alimentaires, en ce qui concerne la relation des AOP/IGP avec les marques. En effet, il est fait référence à une marque qui « *consiste ou qui contient* »[768] le nom d'une AOP ou IGP, alors que l'article 14 du règlement (UE) n°1151/2011 prévoit, tout en renvoyant à son article 13, que toute marque subséquente qui entrerait en conflit avec une dénomination enregistrée doit être refusée à l'enregistrement ou annulée si l'enregistrement a déjà eu lieu.

[765] Art. 14 §1 al. 1 du règlement (UE) n°1151/2012.
[766] Art. 14 §1 al.2 du règlement (UE) n°1151/2012.
[767] FOYER (J.), « Commentaire de la loi du 4 janvier 1991 », *ALD 1991*, n° 12, p. 60 cité par C. BUHL, *Le droit des noms géographiques*, *op. cit.*
[768] Art. 102 §1 du règlement (UE) n°1308/2013.

Cela signifie que si un producteur d'un pays tiers souhaite enregistrer au niveau européen une marque qui inclut le terme « Bordeaux », cette dernière sera refusée puisqu'elle consiste en une dénomination géographique enregistrée qui est antérieure à la demande de dépôt d'enregistrement de ladite marque. Il en irait de même pour les termes « Bordechine » ou « Bordo Dupont », le produit n'étant pas élaboré dans la région bordelaise. Mais qu'en serait-il si un producteur américain souhaitait enregistrer à titre de marque le terme « Borhddo » pour un vin ? A la lecture de la réglementation, elle serait valable. Bien que phonétiquement, l'intention de tromper le consommateur soit claire, la marque ne consiste pas ou ne contient pas une appellation d'origine ou une indication géographique protégée. Le risque de confusion semble pourtant évident[769]. Toutefois, il est ici intéressant de souligner que, dans sa décision en date du 30 septembre 2018, la division d'annulation de l'EUIPO a déclaré nulle la marque européenne verbale « BORD'OH » déposée pour du vin. En l'espèce, sur la base de l'AOP Bordeaux pour des vins et l'IGP Fine de Bordeaux pour des spiritueux, l'INAO et le CIVB ont demandé la nullité de la marque « BORD'OH » déposée pour du vin et des spiritueux en classe 33, pour des boissons sans alcool et des bières en classe 32, et des services d'organisation d'événements et dégustations de vins en classe 41. La division d'annulation de l'EUIPO a retenu une évocation illicite de l'AOP antérieure BORDEAUX par la marque contestée, dans l'esprit du consommateur moyen européen, mais uniquement pour des vins et non pour les autres boissons et services. La marque reste donc enregistrée pour les autres classes suscitées. Il en irait différemment pour un produit du secteur agroalimentaire. A titre d'illustration, si un producteur allemand souhaite enregistrer une marque qui inclut le terme « Gruyère », cette dernière se verra alors refusée d'office, ou si le produit en question n'est pas conforme au cahier des charges, la marque devra là aussi être refusée, notamment s'il y a « *usurpation, imitation ou évocation* »[770]. La définition dans le domaine vitivinicole de la relation des appellations d'origine et des indications géographiques protégées avec le droit des marques semble ainsi moins favorable. Cette situation pose par ailleurs un problème récurrent dans les discussions avec les Etats membres. L'Union européenne tente alors de toucher à d'autres concepts dans sa jurisprudence pour renforcer la

[769] EUIPO, div. d'annulation, 13 novembre 2020, n°14 481 C.

[770] CJUE, 6 décembre 2018, *J. Portugal Ramos Vinhos SA c/ Adega Cooperativa de Borba CRL*, aff. C-629/17 (ECLI:EU:C:2018:988). Voir FOLLIARD-MONGUIRAL (A.), « Arrêt Adegaborba : propriétés facilement reconnaissables et caractères descriptif », art. cit.

protection dans le domaine vitivinicole, mais cette dernière reste tout de même moins stricte que celle pour les produits agricoles et denrées alimentaires. Les spécificités restent préservées.

En outre, l'article 102 du règlement (UE) n°1308/2013 concernant le lien avec les marques commerciales renvoie à l'article 103 paragraphe 2[771] qui prévoit – tout comme pour le secteur agroalimentaire[772] - que les dénominations enregistrées sont protégées contre : « *toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit ou du service est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite, transcrite, translittérée ou accompagnée d'une expression telle que "genre", "type", "méthode", "façon", "imitation", "goût", "manière" ou d'une expression similaire* » (pour des produits similaires) ; contre toute indication fausse ou trompeuse quant à la provenance, à l'origine, à la nature ou aux qualités substantielles du produits ; et contre toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine.

2. Une protection au-delà du principe de spécialité

A l'instar des marques de renommée ou notoires, les AOP ou IGP bénéficient d'une protection renforcée qui va au-delà du principe de spécialité.
L'article 102 du règlement (UE) n°1308/2013 ne se contente pas de faire un simple renvoi et précise que l'utilisation « *relève* » de l'article 103, paragraphe 2. Il est d'ailleurs extensible aussi bien pour le vin que pour son équivalent en produits agricoles et denrées alimentaires. Ainsi, même si les produits ne sont pas comparables, cet article permet de bloquer une utilisation – directe ou indirecte - lorsqu'il y a usurpation de la réputation. L'AOP jouit ainsi d'une protection étendue

[771] Art. 103 §2 du règlement (UE) n°1308/2013.
[772] L'article 13 du règlement (UE) n°1151/2012, auquel l'article 14 renvoie, stipule notamment que « *les dénominations enregistrées sont protégées contre a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable des produits ou des services est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que « genre », « type », « méthode », « façon », « imitation », ou d'une expression similaire, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ; (...)*».

pour tout produit similaire ou différent [773] qui profiterait de sa réputation. La jurisprudence a d'ailleurs à bon nombre de reprises protégé ces dernières au-delà du principe de spécialité, en prononçant la nullité de marques qui s'inscrivaient dans cette démarche déloyale et parasitaire.

En 1984, la SEITA est assignée, devant le TGI de Paris, par le CIVC et la Société Pol Roger, rejoints ensuite par l'INAO[774]. Ces derniers ont demandé l'annulation de l'enregistrement des marques « Champagne », « Champagne meilleur cru » et « Champagne Prestige et Tradition » pour des produits du tabac, pour l'utilisation abusive d'une appellation d'origine. Ces marques ont été annulées, alors que les appellations d'origine n'étaient pas directement protégées contre la reprise de leur terme dans d'autres catégories de produits. La SEITA s'est donc vue interdire l'utilisation de la dénomination « Champagne » à titre de marque en raison du « prestige universel » attaché à cette région et qui dépasse de très loin celui généralement accordé à une AO. A noter que cette affaire a été à l'origine d'une évolution législative conséquente des articles concernant les appellations d'origine et de leur plus large protection. La protection des AOC contre une reprise générique a depuis été insérée dans la loi, que nous retrouvons aux articles L 115-5 du Code de la Consommation[775] et 643-1 du Code rural). Ces derniers ont été appliqués en 1993, lorsque Yves Saint-Laurent s'est vu à son tour interdire l'utilisation de la dénomination « Champagne » à titre de marque pour désigner un parfum. – et ce indépendamment du prestige des produits vendus. Les produits étaient différents, mais les juges ont interdit l'emploi de ce nom géographique enregistré puisque cette utilisation était « *susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation d'origine* ». D'autres affaires sont venues par la suite illustrer le propos [776], notamment pour l'AOC Champagne[777].

---

[773] En 1990, le Professeur Bonet pressentait ceci : « *il semble bien que les appellations d'origine, dont la fonction est essentiellement de garantir la qualité des produits, fassent de plus en plus l'objet d'une protection absolue, au-delà de la spécialité* ». BONET (G.), « La marque constituée par un nom géographique en droit français », art. cit.

[774] TGI Paris, 5 mars 1984, PIBD 1984, III, p. 200.

[775] Art. L 115-5 §4 du C. cons. (version au 15 décembre 1993) : « *Le nom géographique qui constitue l'appellation d'origine ou toute autre mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire, sans préjudice des dispositions législatives ou réglementaires en vigueur au 6 juillet 1990, ni pour aucun autre produit ou service lorsque cette utilisation est susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation d'origine* ».

[776] TGI Bordeaux, 3 juin 1980 : les marques « Château Yquem » et « Château-Margaux » pour désigner des cigares ont été annulées. L'usage fait de ces célèbres crus étaient de nature, voire avilir, la réputation de ces sites prestigieux. Exemple plus récent : CA Paris, 11 septembre 2018, n°17/01272. En l'espèce, l'INAO et le

Depuis la réglementation tant européenne que nationale permet d'écarter toute utilisation d'un nom géographique enregistré dès lors que cette utilisation peut porter atteinte audit nom. Mais alors qu'on pourrait penser que cette réglementation affirme une protection absolue[778] contre toute tentative de détournement pour l'AOC Champagne, l'évolution de la jurisprudence nous fait penser le contraire. Il semblerait qu'on soit dans une logique d'incertitude, le rapport entre les articles 102 et 103 n'étant pas évident. L'article 103 ne s'applique d'ailleurs pas en cas de conflit entre une appellation d'origine et une marque. A titre d'illustration, le Tribunal suprême espagnol a rendu un arrêt en date du 1er mars 2016, qui remet en cause le système de protection des appellations d'origine. Cette affaire opposait le Comité Champagne (anciennement le CIVC) et une société espagnole qui commercialisait une boisson gazeuse sous le nom « Champin ». Selon l'approche du juge espagnol, à partir du moment où cela ne concerne pas des produits de la même classe (en l'occurrence ici la classe 33), l'article 102 ne peut s'appliquer, pas plus que l'article 103[779]. Cela signifie alors que la marque peut être utilisée, ce qui reste pour le moins problématique et vient affaiblir considérablement la protection des appellations d'origine.

Plus récemment, dans l'affaire « Champagner Sorbet »[780], la Cour a considéré que n'est pas en soi illicite l'incorporation de la dénomination de l'AOP ou IGP si la denrée alimentaire contient le produit protégé par ladite dénomination, tout en précisant en revanche que la denrée en question doit avoir comme caractéristique essentielle un goût généré principalement par la présence de cet ingrédient dans sa composition. Là encore, la protection semble être renforcée, notamment en cas

---

Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) ont constaté que le titulaire de la marque « «Thé des Vignes » pour des thés biologiques assurait la promotion sur son site internet et proposait à la vente en faisant référence aux AOP « Bordeaux », « Margaux » et « St-Emilion ». Les juges ont considéré que le titulaire de la marque a cultivé le lien entre ses produits et les AOP et a ainsi entendu profiter de la notoriété attachée aux vins produits sous ces AOP.

[777] Annulation des marques dénominatives « Bain de Champagne » et « Royal Bain de Champagne », utilisées par société des Parfums Caron, pour désigner en classe 3 des produits de parfumerie, savonnerie, fards, ustensiles de toilettes : CA Paris, 12 septembre 2001, *Parfums Caron c/ CIVC*, confirmé par Cass. Com., 18 février 2004, n°02-10576.

[778] BONET (G.), « Des cigarettes aux parfums, l'irrésistible ascension de l'appellation d'origine Champagne vers la protection absolue – Après l'arrêt de la Cour de cassation du 18 février 2004 », art. cit.

[779] GEORGOPOULOS (Th.), « La protection européenne des appellations d'origine sous tempête espagnole – L'affaire « Champin » et la question des appellations « notoires », art. cit.

[780] CJUE, 20 décembre 2017, *Champagner Sorbet*, préc.. Pour un rappel des faits, voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 2 - §1 – B – 2.

d'utilisation extensive de la prestigieuse appellation d'origine Champagne – encore que le critère du « goût » soit considéré comme subjectif pour une partie de la doctrine. En tout état de cause, cette appellation d'origine bénéficie d'un statut particulier[781], si bien que la question de savoir s'il en serait de même pour l'utilisation d'un nom d'une appellation moins notoire à titre de marque est légitime.

Finalement, en ce qui concerne les emprunts hors spécialité, si le tribunal estime qu'il existe un risque de confusion dommageable pour l'AOP/IGP, la condamnation tombera. S'il estime en revanche que le risque de confusion n'est pas dommageable, voire inexistant, alors la condamnation ne tombera pas. Les cas semblent varier suivant le degré de prestige attaché ou non à la dénomination enregistrée.

B. Une protection sur le fondement du droit des marques

Face à la nécessité d'harmoniser le régime de protection offert aux indications géographiques par les législations européenne et nationale, le « paquet marques » constitue une avancée majeure en matière de droit des marques tant au niveau européen que national. Il invite par ailleurs les Etats membres[782] à instaurer une procédure administrative qui permet à toute personne autorisée d'exercer les droits découlant d'une AOP ou IGP et de s'opposer à l'enregistrement d'une marque. L'ancien règlement (CE) n° 207/2009 et la directive d'harmonisation lui étant relative, ne leur garantissaient en effet pas le même degré de protection que celui dévolu par la réglementation européenne en matière d'AOP et IGP. Par le « paquet marques », la réglementation européenne apporte plusieurs modifications quant au régime des motifs de refus à l'enregistrement des signes en tant que marques, faisant ainsi bénéficier les AOP et IGP d'une protection plus étendue. L'existence d'une indication géographique enregistrée constitue désormais autant un motif absolu de rejet (1)

[781] TGI Paris, 5 mars 1984, préc. : « *l'appellation Champagne est auréolée d'un prestige universel qui dépasse de très loin celui généralement conféré aux produits qui bénéficient d'une appellation contrôlée ; que sa réputation est fort ancienne, que ce mot a pris dans le monde entier une acception particulière et que le prestige exceptionnel qui l'auréole est partout associé non seulement à la région, mais à tout le pays où le vin qu'il désigne est fabriqué* ».

[782] Les nouvelles dispositions dans le « paquet marques » sont reprises en France. Ainsi, les nouvelles dispositions du CPI, qui résultent de la transposition de la directive de 2015, incorporent des motifs absolus de rejet ou d'annulation de marques fondées sur des AOP et IGP.

qu'un motif relatif de refus (2) à l'enregistrement d'une demande d'une marque de l'Union européenne. Le premier renvoie aux dispositions permettant de refuser des marques dont l'enregistrement est légalement interdit, alors que le second renvoie aux dispositions permettant de refuser des marques dont l'usage est légalement interdit. En d'autres termes un nom géographique enregistré devient indiscutablement indisponible comme marque.

1. L'application des motifs absolus de refus d'une marque : l'action en annulation

Déjà, l'article 7, paragraphe 1, c) du RMUE[783] prévoit le refus des marques composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique de la production du produit. Ces dispositions sont reprises de l'ancien règlement (CE) n°207/2009 sur la marque communautaire[784]. Le législateur européen a aussi souhaité expliciter les motifs absolus de refus concernant les AOP et IGP, pour assurer une parfaite cohérence de ces motifs de refus avec les actes législatifs de l'Union européenne et le droit national pertinent destinés à protéger ces signes[785] . L'ancien règlement (CE) n°207/2009 sur la marque communautaire n'offrait en effet pas aux AOP et IGP le même niveau de protection que d'autres instruments du droit de l'Union européenne[786]. Dans le cadre du nouveau règlement (UE) 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne, la protection de ces dernières s'est alors vue renforcée, rendant l'enregistrement des demandes de marques plus compliqué. Ainsi, à l'instar de la directive n°2015/2436[787], ce nouveau règlement européen qui étend le champ d'application des motifs absolus à ces signes va encore plus loin avec une interdiction plus générale, en refusant à l'enregistrement les marques exclues de l'enregistrement en application de la législation de l'Union ou du droit national ou d'accords internationaux auxquels l'Union ou l'Etat membre concerné est partie, qui

[783] Dispositions reprises de l'art. 7 §1 c) du règlement (CE) n°207/2009.

[784] Il ressort de la jurisprudence que lorsqu'un signe est composé d'un nom géographique, l'examinateur de l'EUIPO doit établir que, d'une part, le nom géographique est connu dans les milieux intéressés en tant que désignation d'un lieu et, d'autre part, ledit nom présente actuellement, aux yeux des milieux intéressés, un lien avec les produits ou les services concernés, ou qu'il soit raisonnable d'envisager qu'un tel nom puisse, aux yeux de ce public, désigner la provenance géographique desdits produits ou services. TUE, 18 décembre 2019, *Gres de Aragón SA c/ EUIPO,* aff. T-624/18 (ECLI:EU:T:2019:868).

[785] FONTAINE (B.), « L'indisponibilité résultant d'un conflit avec une indication géographique », *Europe n°11*, Novembre 2016, 2.

[786] Cons. 10 du règlement (UE) 2015/2424.

[787] VOGEL (L.), *Droit européen des affaires*, Précis, 2e éd. Dalloz., 2019.

prévoient la protection des AOP et IGP[788]. Autrement dit, les marques qui - selon la législation applicable - entrent en conflit avec des AOP ou IGP sont automatiquement refusées à l'enregistrement. L'examinateur de l'EUIPO doit prendre d'office en considération ces motifs absolus de refus lors de l'examen d'une demande de marque[789].

Aussi, il ressort de la jurisprudence européenne que les AOP ont une place d'exception par rapport aux marques790. La première fois que les juges ont eu à apprécier l'article 7, paragraphe 1, j) du RMC 791, c'était dans l'affaire « Cuvée Palomar »792. En l'espèce, la société Abadía Retuerta avait déposé auprès de l'OHMI une demande d'enregistrement comme marque communautaire du signe verbal « Cuvée Palomar » pour des produits relevant de la classe 33 au sens de l'Arrangement de Nice. En s'appuyant sur l'article 7, paragraphe 1, j) du règlement (CE) n°40/94 du Conseil du 20 décembre 1993 sur la marque communautaire, l'OHMI a refusé ledit enregistrement, au motif que la marque « Cuvée Palomar » entrait en conflit avec l'indication géographique « El Palomar » qui correspondait à une commune de la sous-région Clariano de l'appellation d'origine espagnole « Valencia », elle-même protégée par la législation nationale. C'est ainsi sur la base de la similitude lexicale entre la marque incluant le mot « Palomar » dont la requérante demandait l'enregistrement et le nom de la commune d'El Palomar, protégé par l'appellation d'origine contrôlée « Valencia » que l'OHMI a décidé de rejeter sa demande. La société Abadía Retuerta a alors introduit un recours en annulation devant le Tribunal en avançant un moyen unique, tiré de la violation de

[788] Art. 7 §1 j) du règlement (UE) 2017/1001 (anciennement art. 7 §1 k) du règlement (CE) n°207/2009 qui, en ce qui concerne les produits agricoles et les denrées alimentaires, refusait d'enregistrer les marques pour les mêmes types de produits).

[789] EUIPO, ch. rec., 25 mai 2018, n°R-44/2018-4, *Coline Piatra Alba.*

[790] GEORGOPOULOS (Th.), « La protection renforcée des appellations d'origine à l'égard des marques viticoles À propos de l'arrêt « Abadía Retuerta » du Tribunal de l'Union européenne », *Revue de droit rural*, n°387, Novembre 2010, étude 28.

[791] Pour rappel, cet article disposait qu'étaient refusées *« les marques de vins qui comportent ou qui sont composées d'indications géographiques destinées à identifier les vins [...] lorsque ces vins [...] n'ont pas ces origines ».* Cette disposition a été introduite dans le RMC par le règlement (CE) n°3288/94 du 22 décembre 1994 afin de transposer l'Accord sur les ADPIC, et notamment les articles 23 et 24 §5, eu droit communautaire. Ces derniers mettent en place les obligations pour les membres de l'OMC d'empêcher la protection des *« indications géographiques identifiant des vins »* pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, de même que l'enregistrement d'indications géographiques comme marques à moins qu'une telle marque ait été déposée ou enregistrée ou acquise de bonne foi avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine.

[792] TUE, 11 mai 2010, *Abadía Retuerta / OHMI,* aff. T-237/08 (ECLI:EU:T:2010:185) *(« Cuvée Palomar »)*.

l'article 7, paragraphe 1, j) du règlement (CE) n°40/94, mais en faisant valoir pas moins de neuf arguments différents. Le Tribunal rejeta l'ensemble des branches du recours. Les juges ont confirmé ce refus d'enregistrement, notamment au motif que « El Palomar » est le nom d'une commune de la sous-région Clariano et constitue, conformément aux droit communautaire et national applicables, une zone de production protégée par l'appellation d'origine contrôlée « Valencia » 793 . « El Palomar » étant une indication géographique qui identifie un vin de qualité produit dans une région déterminée (v.q.p.r.d.)794. Il tombe ainsi sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, j) du règlement (CE) n°40/94. Le vin pour lequel la marque est demandée n'étant pas issu de ladite commune, la marque « Cuvée Palomar » ne peut par conséquent être enregistrée, peu importe l'existence d'une exploitation sous le nom de « Palomar », l'absence de confusion possible entre les deux 795, ou encore la publication du nom dans le journal national uniquement. Par cette jurisprudence, les juges vont au-delà de ce qu'avait prévu le législateur. Les noms de communes situées dans une aire de production enregistrée semblent désormais eux aussi bénéficier d'une protection, ne laissant ainsi que peu de marges de manœuvre aux marques désireuses de se développer. Cela rend le jeu bien plus complexe pour l'opérateur, puisqu'il n'est pas évident d'avoir accès à la liste des indications géographiques. Si on ajoute de surcroît les noms des communes de la zone géographique enregistrée, ce dernier devra redoubler de vigilance. Néanmoins, quelques nuances ont été apportées par l'EUIPO796. Mais encore faut-il que le juge suive l'Office dans cette amorce de retour à un équilibre dans l'enregistrement des marques homonymes à des AOP ou IGP.

---

[793] Sur la base du règlement (CE) n°1493/1999 du Conseil du 17 mai 1999 portant organisation commune du marché du vin (JOCE L 179 du 14.7.1999, p. 1–84), l'appellation d'origine contrôlée « Valencia », correspondant à la région vitivinicole de Valence en Espagne, a été incluse dans la liste des vins de qualité produits dans une région déterminée prévue et annexée au règlement (CE) n°1493/1999.

[794] Pts 82, 86-88, 110-112 « *aux termes de la législation espagnole et, par conséquent, de l'article 52 du règlement n°1493/1999, portant organisation commune du marché vitivinicole, qui précise que, si un État membre attribue le nom d'une région déterminée, y compris le nom d'une commune, à un v.q.p.r.d., ce nom ne peut être utilisé pour la désignation de produits du secteur vitivinicole ne provenant pas de cette région et/ou auxquels ce nom n'a pas été attribué conformément aux réglementations communautaire et nationale applicables.* »

[795] Cette disposition ayant une portée générale, le Tribunal souligne en effet que cette protection contre l'enregistrement d'une marque postérieure s'applique indépendamment de tout risque de confusion ou de tromperie à l'égard du public concernant l'origine du produit (pt 119).

[796] EUIPO, décision du 8 novembre 2018, C*onsejo Regulador Denominacion de Origen Ribeira Sacra c/ Vertech SARL*, n° B 2 959 107.

En outre, le juge européen considère par principe que « *la protection des AOP et IGP n'est pas subordonnée à l'existence d'un risque de confusion ou du risque d'égarement du consommateur* »[797]. Autrement dit, il n'est pas nécessaire de se tourner vers la notion de consommateur moyen, il suffit que *« la marque demandée comporte ou soit composée d'une indication géographique ou d'éléments permettant d'identifier avec certitude l'indication géographique en cause* »[798]. La situation ne semble pas s'être améliorée depuis. Bien au contraire, la tendance n'est pas à l'apaisement en ce qui concerne les relations qu'entretiennent les AOP et IGP avec les marques. L'affaire Bodega Vega Sicilia en date du 9 février 2017[799] démontre d'ailleurs qu'une appellation d'origine peut rendre illicite une marque postérieure même si celle-ci n'est que la déclinaison d'une marque antérieure. C'est le cas de l'affaire « Vega Sicilia ». Dans cette affaire, il était question d'un conflit entre la marque « Vega Sicilia » et l'AOP « Sicilia » (qui est un élément significatif de l'IG « Grappa Siciliana/Grappa di Sicilia » pour désigner des spiritueux, et des AOP « Sambuca di Sicilia » et « Sicilia » pour désigner des vins). A travers la réglementation européenne - et pas seulement - l'appellation d'origine bénéficie d'un statut privilégié par rapport à la marque[800]. Nous étions donc ici plus dans une logique de protection de l'appellation d'origine, voire de lui donner la priorité sur la marque. Les choses se sont d'ailleurs présentées de manière plutôt surprenante dans cette jurisprudence. « Vega Sicilia » est probablement la marque de vin espagnole la plus prestigieuse. Elle n'a rien à voir avec la Sicile, ni de toute évidence avec les questions d'exploitation de mauvaise foi de l'appellation sicilienne. Le terme « Sicilia » fait en effet à Sainte Sicilia qui est le saint protecteur des musiciens dans la région où se trouve le domaine de Vega Sicilia. Bien évidemment, « Sicilia » est le nom d'une appellation d'origine pour désigner des vins provenant de Sicile, qui a été

[797] Indépendamment de la question de savoir si la marque demandée est susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la provenance des vins qu'elle désigne : TUE, 14 juillet 2015, *Genossenschaftskellerei Rosswag-Muhlhausen c/ OHMI,* aff. T-55/14 (ECLI:EU:T:2015:486*)* (« *Lembergerland* »), par rapport à l'indication sud-africaine « Lemberg ». Pt 25 : « *Ainsi, le motif de refus prévu par l'article 7, paragraphe 1, sous j), du règlement (CE) N°207/2009 s'applique sans qu'il soit nécessaire de savoir si la marque dont l'enregistrement est demandé est, ou non, de nature à tromper le public ou si elle entraîne un risque de confusion pour celui-ci en ce qui concerne l'origine du produit (arrêt CUVEE PALOMAR, point 12 supra, EU : T : 2010 :185, points 119 et 120)* ». Voir YVES (P.), « Lemberg » et « Lembergerland », *Revue de droit rural* n° 440, Février 2016, comm. 57.

[798] TUE, 28 septembre 2017, *Bodegas Verduguez c/ EUIPO*, aff. T-206/16 (ECLI:EU:T:2017:673).

[799] TUE, 9 février 2017, *Bodega Vega Sicilia*, préc.

[800] LE TALLEC (G.), « La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques », in *Mélanges dédiés à Paul Mathély*, Litec 1990, pp. 249-255.

enregistré en tant qu'AOC (« DOC » en Italie) selon le droit national en 1989 et qui fait parti du système européen de protection des AOP et IGP depuis le 19 février 1999. Le problème était en l'occurrence que la société espagnole Bodegas Vega Sicilia souhaitait changer sa marque « Vega Sicilia », qu'elle exploitait depuis le 19e siècle (enregistrement de la marque depuis 1969), soit depuis une date bien antérieure à la reconnaissance de l'appellation d'origine « Sicilia ». Au fil des années, des renouvellements de marques « Vega Sicilia » ont eu lieu. L'entreprise s'est en outre développée en créant de nouveaux produits vinicoles, dont une cuvée spéciale intitulée « Tempos Vega Sicilia ». C'est donc tout naturellement que la société de la célèbre marque espagnole a décidé le 9 juillet 2014 de présenter une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne constituée du signe verbal « Tempos Vega Sicilia » pour désigner des boissons alcoolisées auprès de l'EUIPO. Par décision du 8 décembre 2014, l'EUIPO a refusé l'enregistrement de cette nouvelle marque européenne, puisque cette dernière contenait le terme « Sicilia » et qu'il existait déjà une appellation d'origine homonyme pour des vins, se heurtant ainsi au motif absolu de refus visé à l'article 7, paragraphe 1, j), du règlement nº207/2009. La marque ne pouvait donc être enregistrée. La requérante a contesté la décision de l'EUIPO devant le Tribunal. Mais le juge européen est allé dans le sens de l'Office, en précisant que « […] *à supposer que la requérante puisse revendiquer le bénéfice d'une antériorité en ce qui concerne sa marque VEGA SICILIA enregistrée en 1969 en Espagne, elle ne peut, toutefois, en revendiquer le bénéfice, le cas échéant, que pour cette marque existante et non pour enregistrer de nouvelles marques, inexistantes au moment où a été décidée la protection de l'indication géographique, qui seraient également composées de cette indication géographique* »[801]. Ensuite, le Tribunal a estimé que la notion de famille de marques « Vega Sicilia » ne relevait pas des motifs absolus de refus, mais uniquement des motifs relatifs de refus, de sorte que la marque doit être appréciée au regard de ses propres caractéristiques, sans prendre en considération les autres marques dont la requérante était titulaire. En outre, cette notion n'est reconnue par la jurisprudence que dans le cadre de l'examen d'un risque de confusion entre deux marques. Il résulte du fait que le consommateur peut se méprendre sur la provenance ou l'origine des produits ou des services couverts par la marque dont l'enregistrement

[801] TUE, 9 février 2017, *Bodega Vega Sicilia,* préc., pt 52.

est demandé et l'associera, à tort, à cette famille ou série de marques[802]. Le Tribunal a rappelé ainsi qu'une marque ne peut être enregistrée que de façon individuelle et que la protection qui découle de cet enregistrement ne lui est accordée qu'à titre individuel[803]. La notion de série ou famille de marques ne relève pas du motif absolu de refus d'enregistrement lié à l'existence d'une IG antérieure, celui-ci n'étant pas subordonné à l'appréciation d'un risque de confusion[804]. Dans cette affaire, il était également question de l'interprétation de l'article 102, paragraphe 2, du règlement (UE) n°1308/2013 qui préserve les droits acquis des titulaires de marques enregistrées avant la reconnaissance d'une AOP ou IGP. D'une part, la requérante revendiquait le bénéfice d'une antériorité des marques VEGA SICILIA et donc de la protection de l'article 102 précité qui accorde un droit acquis aux marques enregistrées avant la date de protection d'une AOP ou IGP. D'autre part, elle suggérait l'évolution de la « *famille de marques* » espagnole « Vega Sicilia ». Ses droits sur la marque « Vega Sicilia » ainsi que son exploitation au niveau national ne sont pas remis en cause. Cette marque peut continuer à être exploitée et renouvelée selon les dispositions de l'article 102, paragraphe 2, du règlement (UE) n°1308/2013. Toutefois, la demande d'enregistrement de la marque identique contestée ayant été déposée devant l'EUIPO le 9 juillet 2014, soit après le 19 février 1999, date à laquelle l'appellation d'origine « Sicilia » a été enregistrée, l'article 102 ne pouvait dès lors s'appliquer. La marque demandée n'a en effet été ni déposée ni enregistrée avant que l'appellation d'origine soit protégée dans son pays d'origine.

Pour finir, le Tribunal a estimé que la renommée de la marque « Vega Sicilia » est une circonstance dénuée de pertinence pour justifier un dépôt de nouvelles marques contenant le terme « Sicilia », postérieurement à la reconnaissance de l'appellation d'origine. A supposer même que la marque soit largement connue ou qu'elle jouisse d'une certaine renommée dans l'Union européenne, la requérante aurait finalement dû faire opposition en invoquant sa renommée pour empêcher l'enregistrement de l'AO « Sicilia »[805]. La décision du Tribunal était pour le moins surprenante, voire peu convaincante[806]. Cette dernière indique que l'existence antérieure de la marque

[802] Pts. 42 et 43.
[803] Pt 53.
[804] Pt 44.
[805] Pt 60.
[806] GEORGOPOULOS (Th.), « Marques vinicoles renommées et AOP : l'imbroglio de « Vega Sicilia », *Revue de droit rural,* n° 456, Octobre 2017, p. 50 et s.

« Vega Sicilia », voire la renommée de cette dernière[807] importe peu, puisqu'à partir du moment où il y a une autre cuvée ou une autre demande d'enregistrement, on repart de zéro. Autrement dit, s'il existe une marque complexe – avec une partie figurative ou une partie verbale – et s'il faut la modifier en vue de la moderniser, une nouvelle demande d'enregistrement de la marque devra alors être déposée. Cette décision est lourde de conséquences pour la société espagnole. Vu que « Sicilia » est déjà enregistrée comme AOP depuis longtemps, cela signifie que la marque « Vega Sicilia » doit être refusée. Ainsi, dès lors qu'il existe une appellation d'origine enregistrée postérieurement à la marque, toute déclinaison de la marque commerciale antérieure à l'AOP ne peut être enregistrée. Tout cela semble exagéré, notamment dans le cas d'une marque qui a été enregistrée de bonne foi et qui est antérieure. Se pose ainsi la question de savoir si dans ces conditions, « Vega Sicilia » se retrouve dans une situation qui pèse au niveau des marques. En tout état de cause, en rejetant le recours exercé par la société espagnole contre l'EUIPO dans son ensemble, le Tribunal n'a pas hésité une fois de plus à mettre en avant la protection d'une AOP.

Au vue de l'état actuel de la jurisprudence, on ne peut que faire le constat d'une prééminence quasi absolue des AOP sur les marques et voir les possibilités d'évolution de marque pour leurs titulaires s'amoindrir, et ce malgré un enregistrement de bonne foi, une notoriété bien établie, ou l'existence d'une série ou famille de marques.

2. L'application des motifs relatifs de refus d'une marque : l'action en opposition

Aux termes de l'article 8, paragraphe 4, du règlement (CE) n°207/2009, le titulaire d'une marque non enregistrée ou d'un autre signe pouvait faire obstacle à l'enregistrement d'une marque ou fonder une action en nullité, si l'enregistrement avait déjà eu lieu, sous réserve de respecter quatre conditions cumulatives restrictives[808]. Le signe devait être utilisé dans la vie des affaires ; la portée dudit

[807] Pt 60.

[808] L'opposition devait reposer sur ces quatre conditions cumulatives. Les deux premières devaient donc être interprétées à la lumière du droit de l'Union, soit selon la norme européenne. Les deux dernières devaient être appréciées selon la législation nationale et de la jurisprudence l'ayant appliquée. TUE, 12 octobre 2017,

signe ne devait pas être uniquement locale ; les droits en découlant devaient avoir été acquis conformément au droit de l'Union ou de l'État membre avant le dépôt de la demande de la marque de l'Union (ou, le cas échéant, avant la date de priorité revendiquée à l'appui de la demande) ; et ce signe devait permettre à son titulaire d'interdire l'utilisation d'une marque plus récente[809]. Toutefois, aucune énumération desdits signes n'apparaissait dans la réglementation. Pour relever du domaine d'application de cet article, il ressortait de la jurisprudence que le signe devait être utilisé comme « *élément distinctif […] il doit servir à identifier une activité économique exercée par son titulaire* »[810]. Autrement dit, il correspondait aux identifiants utilisés dans la vie des affaires par les intervenants sur le marché, tels que les noms commerciaux, les enseignes ainsi que les noms de domaine.

Les indications géographiques telles que définies par les règlements européens faisaient aussi partie de cette catégorie[811] et pouvaient constituer la base d'une opposition en tant que « *signe utilisé dans la vie des affaires, dont la portée n'est pas seulement locale* »[812]. L'OHMI (devenu l'EUIPO) l'a d'ailleurs admis à bon nombre de reprises, que ce soit dans ses directives[813] ou dans ses décisions[814], permettant ainsi à l'organisme de protection des indications géographiques d'exercer une opposition à l'enregistrement d'une marque postérieure.

Moravia Consulting spol. s r. o. c/ EUIPO, aff. T-317/16 (ECLI:EU:T:2017:718), pt 38. Art. 138 du règlement (UE) 2017/1001.

[809] TPICE, 16 décembre 2008, *Budejovicky Budvar, narodni podnik c/ OHMI* , aff. jtes T-225/06, T-255/06, T-257/06 et T-309/06, (ECLI:EU:T:2013:31), pt 79.

[810] CJUE, 29 mars 2011, *Anheuser-Busch / Budějovický Budvar*, aff. C-96/09 P (ECLI:EU:C:2011:189*) (« BUD »)*, pt 149.

[811] FONTAINE (B.), « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », art. cit. En ce qui concerne le développement jurisprudentiel de la notion d'utilisation « dans la vie des affires », voir TPICE, 16 décembre 2008, *Budejovicky Budvar, narodni podnik c/ OHMI,* préc. : Prop. industr. 2009, chron. 2, A. FOLLIARD-MONGUIRAL ; Propr. Industr. 2009, étude 11, C. LE GOFFIC.

[812] Cet instrument a souvent été mis en œuvre pour la défense des IG : FONTAINE (B.), « La défense des indications géographiques protégées à titre de marques communautaires collectives. – Quelques réflexions inspirées du jugement du Tribunal de l'Union européenne du 9 juin 2010. », *Propriété industrielle,* n°2, Février 2011, étude 4.

[813]Directives relatives à l'examen pratiqué à l'EUIPO sur les marques de l'Union européenne partie opposition Section 4 Droits en vertu de l'article 8 §4 et 4bis du RMUE, 2016.

[814] Voir OHMI, div. d'opposition, 3 juillet 2013, n°B 1 805 079, *Champagnothèque* : « *Aussi, la division d'opposition estime que l'opposition est bien fondée sur la base du signe antérieur de l'opposante et le CIVC a le droit d'interdire l' « utilisation » du signe contesté, au sens de l'article 8, paragraphe 4, du règlement n°40/94, pour les produits jugés identiques, à savoir les produits de l classe 33, ainsi que pour les services des classes 35, 41 et 43* ».

Afin de maintenir la forte protection des droits associée aux AOP et IGP tant au niveau européen qu'au niveau national[815], le législateur a estimé opportun d'exclure les indications géographiques de la catégorie de « *signe utilisé dans la vie des affaires, dont la portée n'est pas seulement locale* » et de leur attribuer cette fois-ci, un fondement séparé. Un nouveau motif d'opposition vient alors s'ajouter à l'article 8 du RMUE, fondé sur l'existence d'une antériorité constitué d'une AOP ou IGP. Il est désormais possible, au titre des motifs relatifs de refus, pour toute personne autorisée à utiliser une indication géographique en vertu du droit pertinent, de former une opposition à l'enregistrement d'une demande postérieure de marque de l'Union européenne, sur la base d'une AOP ou IGP, ou d'une demande d'AOP ou IGP, dès lors que cette dénomination confère le droit d'interdire l'usage d'une marque postérieure. En ce sens, c'est un nouvel article[816] qui est introduit par le nouveau règlement comme motif spécifique d'opposition fondé sur l'existence d'une antériorité constituée d'une indication géographique.

En soi, une opposition à l'enregistrement d'une demande postérieure sur le fondement de l'existence d'une AOP ou IGP était déjà possible[817] par le biais de l'article 8, paragraphe 4, du règlement (CE) n°207/2009. Cette voie procédurale avait pour objectif de « *limiter les conflits entre les signes en empêchant qu'un droit antérieur qui n'est pas suffisamment caractérisé, c'est à dire important et significatif dans la vie des affaires, puisse faire obstacle à l'enregistrement d'une nouvelle marque communautaire. Une telle faculté d'opposition doit être réservée aux signes*

[815] Cons. 11 du règlement (UE) 2015/2424 : *« Afin de maintenir la forte protection des droits associée aux appellations d'origine et aux indications géographiques protégées au niveau de l'Union et au niveau national, il est nécessaire de préciser que ces droits permettent à toute personne autorisée en vertu du droit pertinent de s'opposer à une demande postérieure d'enregistrement d'une marque de l'Union européenne, indépendamment du fait que ces droits constituent ou non également des motifs de refus devant être pris en considération d'office par l'examinateur.* »

[816] Art. 8 §6 du règlement (UE) 2017/1001 : *« Sur opposition de toute personne autorisée en vertu de la législation applicable à exercer les droits qui découlent d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque et dans la mesure où, en application de la législation de l'Union ou du droit national qui prévoient la protection des appellations d'origine ou des indications géographiques:*

i) une demande d'appellation d'origine ou d'indication géographique avait déjà été introduite, conformément à la législation de l'Union ou au droit national, avant la date de dépôt de la marque de l'Union européenne ou avant la date de la priorité invoquée à l'appui de la demande, sous réserve d'un enregistrement ultérieur;

ii) cette appellation d'origine ou cette indication géographique confère le droit d'interdire l'usage d'une marque postérieure »

[817] FONTAINE (B.), « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », art. cit.

qui sont effectivement et réellement présents sur leur marché pertinent »[818]. L'opposant n'aura désormais plus à apporter la preuve de l'usage de ladite dénomination dans la vie des affaires et de sa portée non seulement locale, ce qui permettra un accès plus facile à la procédure d'opposition[819]. Les choses sont désormais clarifiées, les indications géographiques au titre des règlements européens sur les denrées alimentaires, les vins, les boissons spiritueuses et les vins aromatisés ne pouvant être invoquées que dans le cadre de ce nouveau motif spécifique.

Bien que les deux premières conditions ne soient plus imposées, les autres restent toutefois applicables. Les indications géographiques peuvent constituer une base valable pour une opposition au titre du nouvel article susmentionné, dans la mesure où elles permettent à la personne autorisée, conformément au droit applicable, d'exercer ces droits d'interdire l'utilisation d'une marque plus récente. L'accès à la procédure reste ainsi conditionné par le droit et la preuve de la loi applicable. Dans le cadre de l'examen de l'opposition, ce sont les conditions spécifiques régissant l'étendue de la protection des IG, établies par les dispositions en vigueur, qui s'appliquent et non des concepts propres au droit des marques comme la « similitude des signes », la « similitude des produits ou services » ou encore le « risque de confusion ». En tout état de cause, cela impose aux opérateurs d'étendre le champ des recherches avant le dépôt de marque.

§2. Le maintien conditionnel des droits antérieurs acquis sur une marque

Un conflit avec une marque commerciale antérieure peut constituer un obstacle à l'enregistrement d'une indication géographique. La réglementation européenne admet sous certaines conditions la primauté de la marque antérieure sur l'AOP (A), mais aménage toutefois les circonstances de coexistence entre ces deux signes (B).

[818] Arrêt BUD, pt 157.

[819] B. Fontaine indique dans son article qu'il était souvent difficile pour les opposants d'apporter les preuves nécessaires de l'usage de portée non seulement locale de leurs IG, entraînant ainsi de nombreuses clôtures de procédures et des interventions aux couts élevés. FONTAINE (B.), « L'indisponibilité résultant d'un conflit avec une indication géographique », art. cit.

A. La primauté conditionnelle des marques notoires ou de renommée

Pour s'opposer à tout éventuel enregistrement d'une dénomination, le titulaire d'une marque antérieure doit nécessairement démontrer que ledit enregistrement « *porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement identique ou d'une marque, ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans précédant la date de la publication* »[820]. Il existe toutefois un cas où la prééminence du droit sur une marque antérieure a été affirmée : c'est le cas des marques dites notoires ou de renommée. Lorsqu'une marque bénéficiant d'une notoriété ou d'une renommée est antérieure à une AOP ou IGP, elle peut en effet en prévenir l'enregistrement.

En ce qui concerne les produits agricoles et denrées alimentaires, le règlement (UE) n°1151/2011 prévoit qu'une AOP ou IGP ne peut être enregistrée s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du consommateur avec une marque antérieure qui jouit d'une réputation et d'une notoriété[821]. Les règles sont pour le moins identiques en ce qui concerne le secteur des produits vitivinicoles [822], des produits vinicoles aromatisés[823] et des spiritueux[824].

Le titulaire de la marque antérieure en question peut soit engager une procédure d'opposition[825], soit tenter de faire obstacle à la reconnaissance d'une dénomination postérieure comparable en tant qu'indication géographique si, d'une part, la marque en question enregistrée est considérée notoire ou de renommée antérieure et si, d'autre part, elle est utilisée depuis une certaine durée. Ainsi, la demande d'enregistrement est soit refusée, soit l'enregistrement de l'AOP ou IGP est annulé s'il a déjà eu lieu. Le propos doit toutefois être nuancé.

---

[820] Art. 10 §1 c) du règlement (UE) n°1151/2012.

[821] Art. 6 §4 du règlement (UE) n°1151/2012 : « *une dénomination proposée à l'enregistrement en tant qu'appellation d'origine ou indication géographique n'est pas enregistrée lorsque, compte tenu de la réputation d'une marque, de sa renommée et de la durée de son usage, cet enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit* ».

[822] Il est prévu comme motif de refus à l'enregistrement d'une dénomination : « *si, compte tenu de la réputation et de la notoriété d'une marque commerciale, la protection pourrait induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du vin concerné* ». Art. 101 §2 du règlement (UE) n°1308/2013. La procédure d'opposition est régie par l'article 98 du règlement (UE) n°1308/2013, l'article 11 du règlement délégué (UE) n°2019/33 et l'article 8 du règlement d'exécution (UE) 2019/34. Art. 18 §2 du règlement (UE) 251/2014.

[823] Art. 18 §2 du règlement (UE) n°251/2012.

[824] Art. 35 §2 du règlement (UE) 2019/787.

[825] Cette procédure ne nécessite pas que la marque soit réputée ou notoire.

En effet, encore faut-il lui reconnaître la qualification de marque de renommée ou notoire, et, sur cette base, apporter la preuve que le consommateur est induit en erreur quant à la véritable identité du produit[826].

La marque dite « notoirement connue » est évoquée pour la première fois à l'article 6 bis de la Convention de Paris du 20 mars 1883[827], ce qui lui a permis de bénéficier d'un régime juridique dérogatoire, sans pour autant qu'une définition ait été donnée. Des propositions ont par la suite été formulées, notamment par l'AIPPI[828] définissant ce signe comme « *une marque connue d'une large fraction du public* » alors que l'Accord sur les ADPIC se réfère à la partie du public concernée pour identifier une marque notoirement connue[829].

Le législateur européen semble quant à lui distinguer la notoriété de la renommée, puisqu'il exige que la marque antérieure jouisse à la fois d'une notoriété et d'une réputation. Il ne définit toutefois pas ces deux concepts, laissant ainsi le soin aux auteurs et aux juges de les définir.

La doctrine est divisée quant à leur interprétation. Certains auteurs estiment que ces deux types de marques sont synonymes[830] ; d'autres[831], qu'il existe une différence

[826] Ce motif d'opposition est évalué par rapport au territoire de l'Union européenne. Art. 10 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 11 §1 du règlement délégué (UE) 2019/33 et art. 28 §2 du règlement (UE) 2019/787.

[827] Art. 6 bis de la Convention de Paris : « *1) Les pays de l'Union s'engagent, soit d'office si la législation du pays le permet, soit à la requête de l'intéressé, à refuser ou à invalider l'enregistrement et à interdire l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce qui constitue la reproduction, l'imitation ou la traduction, susceptibles de créer une confusion, d'une marque que l'autorité compétente du pays de l'enregistrement ou de l'usage estimera y être notoirement connue comme étant déjà la marque d'une personne admise à bénéficier de la présente Convention et utilisée pour des produits identiques ou similaires. Il en sera de même lorsque la partie essentielle de la marque constitue la reproduction d'une telle marque notoirement connue ou une imitation susceptible de créer une confusion avec celle-ci.* ». Une marque notoirement connue s'entendait comme une marque « *que l'autorité compétente du pays d'enregistrement ou du pays de l'usage estimera y être notoirement connue* ». ROUBIER (P.), *Le droit de la propriété industrielle, Tome 2*, *op. cit.*, n° 263.

[828] Travaux de l'AIPPI, Barcelone 1990 : « Protection des marques notoires non enregistrées et protection des marques de haute renommée », Ann. Propr. Ind., 1990, n°161, p. 373.

[829] Art. 16 §2 de l'Accord sur les ADPIC : « *(…) pour déterminer si une marque de fabrique ou de commerce est notoirement connue, les Membres tiendront compte de la notoriété de cette marque dans la partie du public concernée, y compris la notoriété dans le Membre concerné obtenue par suite de la promotion de cette marque* ».

[830] POLLAUD-DULIAN (F.), « Marques de renommée : histoire de la dénaturation d'un concept », *Propriétés Intellectuelles*, n°1, 2001 p. 43 ; BONET (G.), « La protection des marques notoires dans le Code de la propriété intellectuelle », in *Écrits en hommage à J. FOYER auteur et législateur Leges tulit, jura docuit*, PUF, 1997.

[831] PEROT-MOREL (M.-A.), « Notoriété et renommée. Unité ou dualité de concept en droit des marques ? », in *Mélanges offerts à J.J. BURST*, Litec, 1997, p. 463. Adrien BOUVEL différencie d'ailleurs les théories égalitaires des théories hiérarchisées : BOUVEL (A.)*, Principe de spécialité et signes distinctifs,* Litec, Paris, 2004, 403 p.

entre les deux[832]. La marque de renommée serait une marque enregistrée qui bénéficierait d'une protection renforcée du fait de sa notoriété auprès du public, alors que la marque notoire bénéficierait d'une protection même en l'absence d'enregistrement. Ces deux concepts font encore aujourd'hui l'objet de nombreux débats[833].

Aucune définition n'étant clairement établie ni par la réglementation, ni par la doctrine, la qualification de la notoriété ou de la renommée d'une marque est laissée à l'appréciation souveraine des juges du fond.

Il ressort de la jurisprudence européenne que pour bénéficier d'une protection élargie à des produits ou services non similaires, une marque enregistrée doit être **«** *connue d'une partie significative du public concerné par les produits et services couverts par cette marque* », tout en précisant que sa connaissance par le public peut se limiter à une partie substantielle du territoire et que l'exigence d'un pourcentage de public prédéfini à sa reconnaissance n'est pas exigé[834]**.** Ensuite, les juges apprécieront la pertinence de tous les éléments de preuves produits par celui qui se prévaut de la renommée, pour déterminer le degré de connaissance auprès du public, tels que : « *la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage, ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir* »[835].

---

[832] La marque de renommée permet-elle d'échapper au principe de spécialité. VIVANT (P.), « Marque notoire et marque renommée : une distinction à opérer », *La Semaine Juridique – Édition entreprise et Affaires*, n° 30, 24 juillet 2008, pp. 14-18.

[833] Cette hiérarchie semble néanmoins cohérente à la lecture des articles L 713-3 et L 713-5 du CPI (modifiés par l'Ordonnance n°2019-1169 du 13 novembre 2019). SELOSSE (P.), *Le régime juridique du produit de luxe - Émergence d'une protection spéciale du produit de luxe par le droit de la propriété intellectuelle*., Thèse sous la direction de M. DUPUIS, Université de Lille, Droit et Santé, 2017. Voir aussi KALINDA (F.-X.), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement,* préc.

[834] CJCE, 14 septembre1999, *General Motors Corporation c/ Yplon SA*, aff. C-375/97 (« *General Motors »)*, Rec. p. I-5421., pt 27. La société Général Motors est titulaire de la marque Benelux Chevy pour la vente de véhicule. Elle saisit en décembre 1995 le Tribunal de commerce de Tournai pour demander l'interdiction d'utiliser le signe « Chevy » pour Yplon pour désigner des produits de détergent ou de nettoyage. LA CJCE a été saisie d'une question préjudicielle concernant le sens et l'application dans l'espace du terme « renommée ». Repris dans CJCE, 6 octobre 2009*, PAGO International GmbH c/ Tirolmilchregistrierte GenossenschaftmbH,* aff. C-301/07 (ECLI:EU:C:2009:611). Là aussi, une question préjudicielle a été posée à la Cour de justice pour savoir si la renommée dans un seul État membre (en l'espèce l'Autriche) suffisait pour accéder à la protection spéciale des marques communautaires de renommée. Elle a estimé qu'eu égard aux circonstances de l'affaire au principal, le territoire de l'État membre en cause peut être considéré comme constituant une partie substantielle du territoire de la Communauté.

[835] CJCE, 14 septembre 1999, *General Motors Corporation c/ Yplon SA*, aff. C-375/97 (ECLI:EU:C:1999:408) (« *General Motors »)* ; CA Paris, 18 mai 2001, *Chaumet international c/ G. de Lummen* : D.2002. Somm.1132, obs. Durrande.

Ainsi, à la lumière de ces différents éléments[836], il peut être déduit que le public visé pour une marque de renommée est celui qui est concerné par les produits et services – soit celui qui utilise le produit marqué ou le service proposé, et celui pour la marque notoire correspond à un public bien plus large, même s'il ne constitue pas une clientèle potentielle. En tout état de cause, ces signes jouissent tout deux d'un degré de connaissance élevé auprès du public et exercent un pouvoir attractif propre indépendamment des produits ou des services désignés[837].

Une fois la notoriété ou la renommée de la marque reconnue, cette dernière bénéficie d'une protection élargie en dépit de la règle de spécialité, contrairement au régime traditionnel du droit des marques (protection pour des produits ou services identiques ou similaires). Toutefois, l'appréciation du critère de notoriété est subjective, la notoriété pouvant varier d'un pays à l'autre, notamment dans celui où la protection est demandée. Ainsi, si la notoriété ou la renommée d'une marque n'est pas reconnue dans un des pays européens, le titulaire de la marque ne pourra visiblement pas faire obstacle à l'enregistrement d'une AOP ou IGP. Cette interprétation plus ou moins subjective est de nature à relativiser la primauté de la marque antérieure notoire ou de renommée sur les indications géographiques.

Ensuite, pour obtenir l'exclusion d'une coexistence entre marque antérieure et AOP/IGP, la règle implique également que le consommateur soit susceptible de penser que les produits recouverts de l'AOP ou IGP proviennent du titulaire de la marque notoire.

Cela supposerait que les signes doivent désigner des produits du moins identiques sinon similaires[838], le consommateur ne pouvant pas normalement être induit en erreur en présence de produits différents (excepté peut-être dans l'hypothèse d'une diversification d'activité émanant du titulaire de la marque en question). *A contrario*, il peut alors être déduit que la notoriété des marques couvrant d'autres produits ou

[836] Les juges français vérifient aussi si une partie significative du public concerné a un certain degré de connaissance de la marque. Exemple avec : CA Paris, 18 mai 2001, préc.; CA Paris, 12 mai 2004, n° 03/03335 ; CA Paris 18 janvier 2006, n°04/24385, *Orlane*.

[837] KALINDA (F.-X.), *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement*, préc.

[838] PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, pt 659, p. 890.

services bien différents de ceux couverts par la dénomination enregistrée serait sans effet, laissant ainsi la cohabitation avec une AOP ou IGP possible[839].
En tout état de cause, là aussi, la recherche d'un risque de confusion est un élément de nature à relativiser la primauté de la marque antérieure notoire ou renommée sur les indications géographiques, puisque l'opposant doit apporter la preuve d'un risque de confusion si l'enregistrement de l'AOP ou IGP est effectif. L'exclusion d'une coexistence entre marque de renommée ou notoire antérieure et AOP ou IGP ne semble pas systématiquement automatique, ce qui renforce une nouvelle fois le sentiment d'une prééminence de l'AOP/IGP sur la marque.

B. Une coexistence conditionnelle entre marque antérieure et une AOP/IGP nouvellement enregistrée

Les conflits classiques entre les AOP/IGP et les marques semblent de manière générale être dus à un enregistrement par un producteur il y a plusieurs années d'une marque qui reprend une appellation d'origine, qui n'a été protégée que postérieurement dans le pays où la marque existe. L'exemple type est celui de la marque « AOSTE » pour de la charcuterie qui ne provient pas d'Italie. Pour autant, la marque est valable[840] et peut être utilisé par son titulaire, nonobstant l'existence des AOP italiennes « Valle d'Aosta jambon de Bosses » et « Valle d'Aosta lard d'Arnad » enregistrées par le règlement n°1263/96 de la Commission du 1er juillet 1996. Elle est toutefois soumise à un certain nombre de restrictions pour éviter qu'elle ne devienne « trop » trompeuse pour le consommateur. En tout état de cause, le titulaire de ladite marque ne commet pas d'acte, du fait qu'elle va devenir trompeuse, puisqu'elle était valable au moment de son dépôt (soit avant 1996). Elle peut par conséquent poursuivre sa vie. Ce sont des droits acquis qui peuvent continuer à être exploités et qui coexistent avec les AOP.

Si la marque en question n'est ni notoire, ni de renommée antérieure, elle ne tombe pas dans la catégorie de l'article 6, paragraphe 4, précité, pour le secteur

[839] TILLOY (C.), « Appellations d'origine et marques viticoles à l'épreuve de l'organisation commune des marchés », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.
[840] CA Paris, 22 octobre 1979 : P.I.B.D. 1980, lll, 5.

agroalimentaire. Ce sont les dispositions de l'article 14, paragraphe 2[841], du règlement (UE) n°1151/2012 qui envisagent cette hypothèse. Elles prévoient que l'usage d'une marque déposée ou enregistrée de bonne foi[842] sur le territoire européen antérieurement à la demande de protection de la dénomination d'origine ou de l'indication géographique, et correspondant à l'une des situations visées à l'article 13[843] peut en principe se poursuivre, nonobstant la reconnaissance ultérieure d'une AOP ou IGP similaire, pour autant que la marque n'encourt pas les motifs de nullité ou de déchéance prévus au titre du règlement (CE) n°207/2009 (abrogé et remplacé par le règlement (UE) 2017 /1001) ou de la directive 2008/95/CE. Les règles sont pour le moins identiques pour le secteur des produits vitivinicoles[844], des produits vinicoles aromatisés[845] et des spiritueux[846].

---

[841] Art. 14 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 : « *Sans préjudice de l'article 6, paragraphe 4, une marque dont l'utilisation enfreint l'article 13, paragraphe 1, et qui a été déposée, enregistrée, ou acquise par l'usage dans les cas où cela est prévu par la législation concernée, de bonne foi sur le territoire de l'Union, avant la date du dépôt auprès de la Commission de la demande de protection relative à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique, peut continuer à être utilisée et renouvelée pour ce produit nonobstant l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, pour autant qu'aucun motif de nullité ou de déchéance, au titre du règlement (CE) n°207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire ou de la directive 2008/95/CE, ne pèse sur la marque. (…)* »

[842] Ou encore « *ou acquise par l'usage dans les cas où cela est prévu par la législation concernée* ».

[843] L'article 13, auquel il est fait renvoi, stipule notamment que « *les dénominations enregistrées sont protégées contre : a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable des produits ou des services est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», ou d'une expression similaire, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ; (…)* ».

[844] Si la marque antérieure enregistrée n'est ni notoire, ni de renommée, ce sont les dispositions de l'article 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 qui s'appliquent. Art. 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 : « *sans préjudice de l'article 101, paragraphe 2, une marque commerciale visée au paragraphe 1 du présent article, et qui a été déposée, enregistrée ou établie par l'usage de bonne foi, si cette possibilité est prévue dans le droit national concerné, sur le territoire de l'Union, soit avant la date de protection de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique dans le pays d'origine, soit avant le 1 er janvier 1996[844], peut continuer à être utilisée et renouvelée nonobstant la protection d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, pourvu qu'aucun motif de nullité ou de déchéance, au titre de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil ou du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, ne pèse sur la marque commerciale (…) ».*

[845] Art. 19 §2 du règlement (UE) n°251/2012.

[846] Art. 36 §2 du règlement (UE) 2019/787. La Cour a considéré que « *le règlement n°110/2008 est applicable à l'appréciation de la validité de l'enregistrement d'une marque contenant une indication géographique protégée par ce règlement, lorsque l'enregistrement a été effectué avant l'entrée en vigueur dudit règlement* ». Elle a aussi considéré que « *l'article 23, paragraphe 2, du règlement n°110/2008 prévoit une dérogation limitée en ce qui concerne les marques enregistrées ou acquises de bonne foi avant la date de l'entrée en vigueur de la protection de l'indication géographique en cause dans le pays d'origine ou avant le 1er janvier 1996* ». CJUE, 14 juillet 2011, *BNIC c/ Gust. Ranin Oy.,*aff. jtes C-4/10 et C-27/10 (ECLI:EU:C:2011:484) *(« BNIC »)*, pts 37 et 42. GEORGOPOUPOS (Th.), « Les marques commerciales nationales à l'épreuve des indications géographiques européennes - . - À propos de l'affaire du « cognac » finlandais (CJUE, 1re ch., 14 juill. 2011, aff. jtes C-4/10 et C-27/10, Bureau national interprofessionnel du Cognac) », art. cit.

Dès lors que ces conditions cumulatives sont respectées, les dispositions du droit européen font prévaloir le droit des marques antérieures sur les AOP ou IGP postérieures, les droits sur la marque ne pouvant être compromis. La marque antérieure bénéficie ainsi d'un droit acquis et peut continuer à être utilisée et à être renouvelée par son titulaire. Par ces dispositions particulières, le droit européen organise un système de coexistence de la marque homonyme antérieure, non conforme aux normes applicables au produit concerné, avec l'AOP ou IGP[847], peu importe la nature du produit qu'il soit similaire ou non, et quelque soit la notoriété de la dénomination enregistrée (hormis le cas où la marque a atteint une notoriété).

A l'aune des différentes règles applicables, pour pouvoir bénéficier du maintien de son usage, il faut, d'une part, que la marque ait été enregistrée de bonne foi[848] et, d'autre part, qu'elle ait été enregistrée avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'AOP ou IGP auprès de la Commission européenne. La date de référence est un point déterminant pour apprécier la priorité d'un signe par rapport à un autre. La date de dépôt de la demande de protection auprès de la Commission européenne est privilégiée pour les AOP ou IGP [849] ; ce sera le dépôt, l'enregistrement ou l'acquisition par l'usage de bonne foi dans les cas où cela est prévu par la législation nationale[850] pour les marques. Puis, le cas échéant, la marque enregistrée doit ne pas encourir les motifs de nullité[851] ou de déchéance[852] prévus par les dispositions pertinentes en matière de marques, soit ne pas faire obstacle à l'enregistrement postérieur d'une AOP ou IGP. Il ressort d'ailleurs de la jurisprudence européenne que le juge national doit se fonder, notamment, sur l'état du droit en vigueur au moment de l'enregistrement de la marque et ainsi apprécier au regard des faits et du droit national, européen ou international, l'existence d'une

[847] Art. 14 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 : « *En pareil cas, l'utilisation tant de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée que des marques concernées est autorisée* ».

[848] Art. 59 §1 du règlement (UE) 2017/1001. Cette condition n'est pas reprise pour le secteur des vins. A noter que la mention de cette condition ne devrait pas être nécessaire puisqu'une marque doit en principe être de bonne foi pour être enregistrée, sous peine d'être annulée. Voir CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc.

[849] Il ressort de la jurisprudence que la date à prendre en considération pour l'opposabilité de l'AOP ou IGP est celle de sa publication au niveau européen, soit la date de son enregistrement. CJUE, 22 décembre 2010, *Bavaria NV c/ Bayerischer Brauerbund eV.,* aff. C-120/08 (ECLI:EU:C:2010:798*) (« Bavaria II »)*, pts 65 à 68. Voir BOUVERESSE (A.), « Libre circulation des marchandises - Conflit entre une IGP et une marque *»*, *Europe n° 2*, Février 2011, comm. 49.

[850] Art. 14 §2 du règlement (UE) n°1151/2012 ; art. 102 §2 du règlement (UE) n°1308/2013 ; art. 36 §2 du règlement (UE) 2019/787 ; art. 19 §2 du règlement (UE) n°251/2014.

[851] Art. 59 et 60 du règlement (UE) 2017/1001.

[852] Art. 58 du règlement (UE) 2017/1001.

tromperie effective ou d'un risque suffisamment grave de tromperie du consommateur[853].

Les tribunaux français ont de nouveau eu l'occasion d'affirmer la prédominance de la protection reconnue aux AOP et d'appliquer strictement la législation en la matière, en refusant les marques « Aoste Excellence » et « Aoste Kids », car évocatrices desdites appellations d'origine. Dans la première affaire qui concerne la marque « Aoste Excellence »[854], la Cour de cassation a sanctionné la décision de la Cour d'appel de Lyon du 26 février 2006 en considérant, d'une part, que la marque litigieuse déposée postérieurement à l'enregistrement des deux AOP reprenait l'une des composantes de ces appellations et était évocatrice de l'origine du produit, et, d'autre part, que la marque désignait des produits identiques à ceux couverts par ces appellations. Ainsi, la marque litigieuse ne pouvait être acceptée, conformément aux dispositions de la réglementation européenne relative à la protection des AOP et IGP des produits agricoles et denrées alimentaires. Dans la seconde affaire qui concerne la marque « Aoste Kids »[855], la Cour d'appel de Lyon a cette fois-ci rejeté la demande en rappelant qu'une marque qui reprend une composante d'une appellation d'origine, contrevient aux dispositions du règlement européen, et ne peut à ce titre être valablement enregistrée.

Par ces deux décisions, les juges ont finalement eu l'occasion de réaffirmer la prééminence de la protection reconnue aux AOP ou IGP sur les marques et d'appliquer strictement la législation en la matière[856]. Ainsi, il est impossible de faire prévaloir une AOP ou IGP sur une marque antérieure.

---

[853] Arrêt Bavaria, préc., pts 121 et 122. Voir aussi arrêt Gorgonzola.

[854] Cass. Com., 31 janvier 2006, n° 04-13.676 : JurisData n° 2006-031929 ; Bull. civ. 2006, IV, n° 26. Voir TREFIGNY (P.), « Méli-mélo de jambon et lard, façon Marques et AOC… », *Propriété industrielle*, n°4, Avril 2006, comm. 32. Pour rappel, saisie par le titulaire de la marque « Aoste » d'un recours en annulation de la décision de rejet de l'INPI de la marque « Aoste Excellence », pour des produits de charcuterie, la Cour d'appel de Lyon a tenu compte de l'antériorité de la marque « Aoste ». Elle avait en effet considéré que la marque « Aoste Excellence » était composée d'un des éléments des appellations d'origine « Valle d'Aosta jambon de Bosses » et « Valle d'Aosta lard d'Arnad », qu'elle ne reprenait pas l'origine géographique exacte des produits protégés et que la marque pouvait être enregistrée parce que le superlatif « excellence » au terme « Aoste » ne modifiait pas l'appréciation du consommateur du terme « Aoste » et que la durée de l'usage de cette marque écartait tout risque de confusion quant à la véritable identité des produits en cause.

[855] CA Lyon, 10 mai 2007, n° 06/03212 : PIBD 2007, n° 856, III, p. 482 ; D. 2007, p. 2836, obs. S. DURRANDE.

[856] Cette position fait d'ailleurs écho à une décision de l'ORD de l'OMC sur l'Accord sur les ADPIC, qui a considéré cette particularité - fortement critiqué notamment par les Etats-Unis et l'Australie - conforme à l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC. WTO, *European Communities – Protection of trademarks and geographical indications for agricultural products and foodstuffs*, WT/DS174/R, p. 178. Disponible en ligne : https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf.

Dans le domaine de spécialité, il est évident qu'il faut tenir compte des droits acquis. Il existe d'ailleurs d'autres cas de figure, notamment dans le domaine viticole, où l'appellation d'origine vient après la marque. A titre d'illustration, « Château Margaux » est une marque domaniale qui existe depuis fort longtemps[857] et qui est bien antérieurement à l'AOC « Margaux » en Médoc enregistrée par décret en 1954. Cette marque est tellement établie qu'elle est ancrée dans les mœurs, si bien qu'il ne viendrait à l'idée de personne d'annuler cette marque pour atteinte à ladite appellation d'origine. La règle est le respect des droits acquis. Il y a une antériorité de nom par rapport à l'AOC. En outre, la marque « Château Margaux » bénéficie d'une notoriété exceptionnelle. Ce qui la protège, c'est donc bien la notoriété attachée à l'exploitation et à l'ancienneté de l'exploitation longue et continue ; c'est une exception qui peut se recevoir[858].

D'aucuns argueront certainement qu'il y a la décision « Romanée-Conti » où les tribunaux français avaient annulé la marque « Romanée-Conti »[859], en considérant que même si l'AOC « Romanée-Conti » était postérieure à la marque (la dénomination a été délimitée en 1936), cela ne les empêchait pas de l'annuler. Mais la différence ici est qu'il n'existe qu'un seul exploitant et qu'il n'y a pas eu de division du foncier pour « Romanée-Conti ». Ainsi, la marque et l'appellation d'origine se confondaient[860].

Outre les grandes particularités liées au secteur du vin, la logique de la législation est de porter l'appellation d'origine au sommet, de rationnaliser le système qui est suffisamment compliqué et de le clarifier au maximum pour le consommateur.

Il y existe d'autres cas où des exploitants de domaines viticoles qui, de façon plus ou moins subtile, peuvent espérer privatiser à titre de marque l'appellation d'origine, grâce à l'homonymie existante entre le domaine foncier et ladite appellation. Ce serait le cas d'un viticulteur qui essaierait de créer un château « Saint-Emilion », en prétendant que sa bâtisse, voire son exploitation, a pour nom « Château Saint-

[857] AGOSTINI (E.), « Appellations d'origine contrôlée et marques (Pratique vinicole et Principes du droit) », in *Les activités et les biens de l'entreprise, Mélanges offerts à Jean Derruppé*, GLN éditions-Joly-Litec, 1991, p. 399.

[858] Nombre d'exception sont mises en avant dans les travaux de F. ZENATI : ZÉNATI (F.), *Essai sur la nature juridique de la propriété : contribution à la théorie du droit subjectif*, Thèse sous la direction de J. RUBELLIN-DEVICHI, Université Jean Moulin (Lyon), 1981.

[859] Cass. Com., 1er décembre 1987 : JCP éd. G 1988 II, 21081, note E. AGOSTINI ; LE TALLEC (G.), « La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques », art. cit. Voir également BUHL (C.), *Le droit des noms géographiques, op. cit.*, p. 221 sq.

[860] Cette affaire a fait l'objet de nombreux débats. E. AGOSTINI qui considérait qu'il n'y avait aucune différence entre la marque viticole et l'appellation d'origine, rendant ainsi l'appellation d'origine bien plus contraignante pour les exploitants viticoles pour les défendre à l'étranger.

Emilion » depuis 150 ans, et qui revendiquerait le droit d'exister avec la prestigieuse appellation d'origine homonyme. Ou le cas d'un autre qui s'empresserait de réserver le nom géographique à titre de marque, car persuadé que ce nom sera élevé au rang d'AOP dans quelques années. Par ailleurs, saisi par l'INAO et les ODG concernées, le TGI de Lyon a annulé le 2 août 2017 des marques antérieures qui portaient atteinte à deux AOP fromagères, l'AOP Charolais et l'AOP Mâconnais. Lors du dépôt de marques, le demandeur avait eu connaissance que des dossiers de reconnaissance de ces 2 AOP étaient en cours d'examen, et par conséquent, a procédé à un dépôt de mauvaise foi. Ainsi, les juges ont reconnu le caractère contrefaisant des dénominations litigieuses et ont annulé les marques antérieures pour dépôt frauduleux[861]. En tout état de cause, le droit européen a depuis solutionné le problème[862], la consécration d'une nouvelle AOP ou IGP ne semblant pas constituer, en tant que tel, un motif justifiant l'annulation d'une marque antérieure. La coexistence de marques antérieures avec des AOP est toutefois possible sous réserve de respecter certaines conditions : le titulaire de la marque doit l'avoir déposée de bonne foi, doit continuer de l'exploiter de manière sérieuse et ne doit pas oublier de la renouveler. Il peut ainsi en être déduit une certaine primauté des droits collectifs que sont les AOP et IGP sur les droits individuels d'un titulaire d'une marque.

Il est coutume de dire qu'au sommet des droits intellectuels - si tant est qu'elle en soit un - se trouve l'appellation d'origine[863] qui, de tout temps, bénéficie d'une protection plus étendue comme signe distinctif notoire. Cela semble par ailleurs venir du caractère même de l'appellation d'origine, qui est une des conditions de sa

[861] Les juges ont considéré le déposant avait *« sciemment méconnu les intérêts légitimes à la protection des appellations Mâconnais et Charolais par un dépôt intervenant dans le contexte d'une procédure de reconnaissance d'AOC très largement engagée. Ce dépôt ne peut s'expliquer que par la volonté d'échapper à l'impossibilité future, mais certaine, d'en faire usage pour des produits qui ne satisferaient pas aux critères de l'AOC à venir, en s'aménageant une protection de nature à leur conférer un monopole sur des signes notamment composés des termes "Mâconnais" et "Charolais" ».* Source : site Internet INAO.

[862] Les dispositions du droit européen s'opposent au principe de primauté des AOP ou IGP, qui rendrait le sort de la marque incertaine. La primauté de l'AOC sur une marque antérieure, quelque soit la nature des produits ou des services, n'est plus possible en droit français. BOUVEL (A.)*, Principe de spécialité et signes distinctifs*, *op. cit.*

[863] La rigueur de la réglementation des appellations d'origine protégée a permis à certains d'estimer qu'elles « *occupaient le sommet de la hiérarchie en matière de signes distinctifs* » : LE TALLEC (G.), « La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques », art. cit. Voir aussi, PIATTI (M.-Ch.), « L'appellation d'origine - Essai de qualification », art. cit., p. 557.

reconnaissance et de sa validité[864]. Bien que les décisions récentes de la Cour de justice se veulent plutôt rassurantes quant à la large protection dont bénéficient les AOP et IGP, la portée de cette dernière a tout de même été mise à mal à plusieurs reprises [865]. S'il peut être admis que toute protection connaît des limites, il faudra néanmoins veiller à ne pas trop appauvrir celle des AOP afin de prévenir toute exploitation commerciale directe ou indirecte de la réputation desdites appellations par un tiers. Il s'agit en effet d'éviter d'annihiler les efforts déployés par chacun des opérateurs de la filière concernée, qui – rappelons-le – doit respecter les exigences d'un cahier des charges très strict, en se voyant confronté à une trop lourde charge probatoire.

En tout état de cause, bien qu'on puisse noter un réel recul de la prééminence absolue des IG sur les marques (une réduction de la portée de protection), ce dernier ne caractérise toutefois pas de véritable inversion d'une certaine primauté de l'IG sur la marque. Reste que le législateur a mis en place un régime de protection particulièrement avantageux pour les AOP et IGP.

Même s'il est possible de protéger les IG en tant que marques collectives, la position de l'Europe est très claire. Ces évolutions constatées précédemment traduisent la volonté du législateur européen de toujours favoriser le régime *sui generis* avec les AOP et IGP par rapport à celui des marques. Sa position limite considérablement le

[864] BARTHE (F.), « La notion de détournement de la notoriété d'une appellation d'origine en matière d'autorisations de plantation ou de replantation », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019. Voir également AL SHAMMARI (M.), HATTAB (R.), « La notoriété de l'appellation d'origine et du nom commercial, deux signes distinctifs. Étude comparée de droit français et jordanien », A*rab Law Quarterly*, Vol. 26, n° 1, 2012, pp. 47–73. Disponible en ligne : www.jstor.org/stable/23234467

[865] Par ailleurs, la Cour de cassation a récemment posé une question préjudicielle à la Cour de justice dans le cadre d'un litige opposant le Syndicat interprofessionnel de défense du fromage « Morbier », et une société (située hors de la zone géographique de l'AOP) produisant et commercialisant un fromage dont l'apparence visuelle semble identique au « Morbier », afin de savoir si la reprise des caractéristiques physiques d'un produit protégé par une AOP peut constituer une pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. Même si le nom de l'AOP n'est pas utilisé par la société pour commercialiser le fromage en question, le syndicat lui reproche d'induire en erreur le consommateur sur l'origine véritable du produit en le présentant sous une apparence similaire à celle du « Morbier ».
Le décret ayant instauré l'AOC « Morbier » le décrit notamment comme « *un fromage […] de la forme de cylindre plat […] qui présente des faces planes et un talon légèrement convexe. […] La pâte est de couleur ivoire à jaune pâle avec éventuellement une raie noire centrale horizontale […]* », la Cour de Cassation a estimé qu'il existait un doute quant à l'interprétation du point d) de l'article 13 §1 du règlement (UE) n°1151/2012 qui énumère les actes interdits contre les AOP et en a donc appelé au jugement de la CJUE. La réponse que la CJUE sera très probablement amenée à apporter de nombreux points d'intérêts, puisqu'elle a déjà étendu la protection des AOP au-delà du nom protégé. Voir TUE, 11 mai 2010, *Cuvée Palomar,* préc. Voir Cass. Com., 19 juin 2019, n°17-25.822.

rôle du régime des marques dans l'objectif d'éviter toute interférence avec celui des AOP et IGP. Elle se perçoit notamment dans sa règlementation (règlement (UE) 2015/2424 avec une interdiction totale de l'utilisation des marques de certification de l'UE pour certifier l'origine géographique), la jurisprudence européenne (le rejet de tout changement de confusion, l'évaluation de la probabilité pour les marques collectives de l'UE contenant des signes géographiquement descriptifs) et les lois nationales (interdiction d'enregistrer des signes ou des indications purement géographiquement descriptifs en tant que marques, comme c'est le cas du droit français d'ailleurs). Toutefois, on assiste parfois à un véritable court-circuit entre les deux régimes juridiques. Les problèmes surgissent notamment lorsque la réglementation européenne fait référence aux règles interdisant la contrefaçon, alors qu'elle accepte d'autre part l'enregistrement de marques composées du nom protégé, même s'il est limité aux produits conformes au cahier des charges. Cela est d'ailleurs assez paradoxal puisque la règlementation européenne permet finalement une appropriation des noms géographiques protégés, alors même que les AOP et IGP sont des biens communs sans propriétaires qui, de par leur nature, ne doivent pas faire l'objet d'une appropriation privée.

CHAPITRE 2
Les interactions entre l'AOP/IGP et la marque

Aujourd'hui, les relations entre l'AOP/IGP et la marque semblent davantage être perçues comme conflictuelles[866] que comme une véritable alternative. Pourtant, même si l'AOP/IGP et la marque apparaissent comme des signes distinctifs à la fois différents et concurrents, le propos doit être nuancé.

D'une part, la réglementation européenne relative à la protection des AOP et IGP a de plus en plus tendance à aligner certains éléments de fond par rapport au système des marques. En effet, la règlementation, notamment dans le secteur viticole, proposait dans les années 1970 un système de reconnaissance mutuelle de la protection qui pouvait exister dans chacun des Etats[867]. Au fur et à mesure, ce système est devenu plus « intégré » avec un registre unique des AOP et IGP non seulement pour les vins, mais également pour les produits agroalimentaires et les boissons spiritueuses. Il existe ainsi, au niveau européen, une reconnaissance des AOP et IGP qui échappe progressivement à la main mise du législateur national. Il semblerait alors qu'on se dirige vers un signe de nature européenne, notamment en ce qui concerne la portée territoriale. Par ailleurs, ces dernières années, la volonté du législateur européen d'un rapprochement du régime des AOP et des marques semble évidente. En outre, la jurisprudence européenne intervenue en ce qui concerne les AOP/IGP s'inspire très largement du droit des marques, permettant par là-même d'assurer un minimum de cohérence dans le règlement des conflits entre ces deux signes distinctifs. Des notions, des concepts, des mécanismes, voire des moyens d'interprétation utilisés en matière de droit des marques viennent ainsi enrichir le droit des AOP/IGP dans le contexte de leur européanisation[868]. Il

[866] Voir *Infra*. CJUE, 14 juillet 2011, *BNIC c/ Gust. Ranin Oy*, aff. jtes C-4/10 et C-27/10pt 40. Les règlements de l'Union européenne s'imposent aussi aux Etats membres qu'à l'EUIPO. Près de 500 décisions ont été rendues par l'EUIPO en ce qui concerne les relations entre ces deux signes distinctifs. BOURDEAU (L.), MARTIN (S.), « Le conflit entre marques et indications géographiques : la notion d'évocation et sa mise en œuvre par les instances européennes », in Th. Georgopoulous (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

[867] Sur la question de l'émergence d'une politique de qualité/typicité européenne, voir BOYER-PAILLARD (D.), *Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques »*, préc.

[868] Sur la question de leur européanisation, voir Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

semblerait que l'on soit de plus en plus confronté à une logique englobante du droit européen.

D'autre part, alors qu'ils sont considérés comme concurrents, les signes que sont l'AOP/IGP et la marque peuvent être complémentaires. Ces deux systèmes ne s'appliquent pas nécessairement de manière exclusive et l'application cumulative des deux mécanismes est envisageable. La France et l'Union européenne[869] - principaux partisans de la protection *sui generis* - n'excluent d'ailleurs pas la possibilité d'utiliser le système des marques pour renforcer ses outils juridiques et valoriser davantage les produits sous IG au travers des marques dites géographiques. Toutefois, alors que le concept de la marque géographique est admis depuis longtemps[870], sa mise en œuvre reste délicate.

Nous analyserons dans le présent chapitre les interactions entre ces deux signes au niveau de la doctrine[871] et de la pratique (Section 1), puis l'articulation délicate du cumul AOP/IGP – marque sur un même produit (Section 2).

[869] Alors que l'Allemagne, la Grande Bretagne, les Etats-Unis ou les pays scandinaves refusent systématiquement l'enregistrement des noms ou signes géographiques à titre de marque. BONET (G.), *op. cit*.

[870] SCHMIDT-SZALEWSKI (J.), « La protection des noms géographiques en droit communautaire », *La Semaine Juridique Entreprise et Affaires,* n° 44, 30 Octobre 1997, 703.

[871] Sur la question des interactions, voir Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

Section 1. Une osmose doctrinale et de pratique

Bien que l'on puisse considérer que l'appellation d'origine conserve un statut juridique propre, l'analogie entre la marque collective et l'AOP semble s'imposer de plus en plus, notamment au niveau de la procédure. A titre d'illustration, à l'instar d'une annulation de l'enregistrement d'une AOP/IGP[872], la déchéance d'une marque collective peut être prononcée en cas de défaut d'exploitation, conformément au droit commun[873], ou en cas de manquement pour le titulaire de veiller au respect du règlement d'usage[874]. S'il n'y a pas d'exploitation sérieuse, le titulaire encourt une sanction de déchéance[875]. Les motifs d'annulation de ces deux signes distinctifs sont alors sensiblement similaires. Encore une fois, il y a tout lieu de croire à une contagion de la perception du droit de la propriété intellectuelle sur les appellations d'origine où un droit sur un signe qui n'est pas ou plus exploité ne se conserve pas. L'AOP/IGP est davantage intégrée dans le champ de la propriété intellectuelle, donc industrielle, et par là-même assimilées aux marques (procédures de constatation des infractions similaires, des mesures de saisie en contrefaçon ouvertes, possibilité de référés, etc.)[876]. En outre, la jurisprudence européenne est récemment venue élargir le champ des possibles et de la protection, notamment au titre de l'évocation de l'IG. C'est un des premiers éléments qui permet de constater le rapprochement entre ces deux catégories juridiques (§1). Outre ces évolutions législatives et réglementaires, une tendance d'apaisement entre marques et AO semble néanmoins se profiler ces

[872] Pour rappel, la réglementation européenne prévoit pour l'ensemble des catégories de produits la possibilité d'annuler un enregistrement d'une AOP ou IGP en cas de non-respect des conditions fixées au cahier des charges d'une dénomination enregistrée ou si aucun produit n'a été mis sur le marché pendant au moins sept ans. Voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 1 - §1 – A.

[873] « *si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, et qu'il n'existe pas de justes motifs pour le non-usage* » : art. 58 §1 a) du règlement (UE) 2017/1001.

[874] Le titulaire de la marque est déclaré déchu de ses droits lorsqu'il « *ne prend pas de mesures raisonnables en vue de prévenir un usage de la marque qui ne serait pas compatible avec les conditions d'usage prévues par le règlement d'usage, dont la modification a été, le cas échéant, mentionnée au registre* ». Art. 81 a) du règlement (UE) 2017/1001.

[875] TRÉFIGNY (P.), « Ni la référence au défaut d'intérêt à agir, ni à des justes motifs n'y font... Déchéance ! », *Propriété industrielle* n° 9, Septembre 2019, comm. 47. Sur la question de la nécessaire exploitation de la marque européenne, voir GASTINEL (E.), *La marque communautaire*, LGDJ, Ed. Broché, 1998, p. 165 et s.

[876] Comme il a été évoqué dans le chapitre précédent, l'un des apports principal de la réforme en matière du droit des marques - dite « paquet marques » - a consisté en l'introduction expresse de motifs absolus et relatifs de refus ou d'annulation de marques susceptibles de porter atteinte aux AOP ou IGP. Sur la similitude établie entre la protection de la notoriété des appellations d'origine et la protection de la marque notoire ou de renommée, voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 2 - §2.

dernières années, avec la volonté des juges européens de donner davantage de légitimité aux marques (§2).

§1. Des éléments de rapprochement des régimes

Alors que le cas d'utilisation commerciale directe ou indirecte de l'AOP/IGP par des tiers est de manière générale facile à établir[877], il n'en est pas de même pour le cas d'évocation. Toutefois, les réponses récentes apportées par le juge européen ont permis d'étendre considérablement la portée de la protection des AOP. Il a en effet admis l'extension du champ de protection aux éléments figuratifs (tels que des dessins ou des logos) des AOP, comme cela se fait déjà en droit des marques (A). Afin de déterminer l'existence d'une « évocation », il s'est en outre référé à la notion de « consommateur d'attention moyenne », qui est lui-même un concept juridique directement issu du droit des marques (B).

A. La notion d'évocation, inspirée du droit des marques

La protection des AOP et IGP est plus étendue que celle des marques et permet de s'opposer ou d'annuler une marque postérieure même si le signe n'est pas identique ou similaire. Une simple évocation de l'AOP/IGP est ainsi suffisante pour interdire l'enregistrement d'une marque. L'évocation n'est pas une notion définie dans la législation de l'Union, comme le sont les notions d'usurpation et d'imitation. Mais la doctrine vient les différencier en précisant que « *l'évocation se réfère à une simple connexion d'images ou de perceptions dans l'esprit du consommateur, ce qui est en effet nettement moins fort que l'usurpation ou l'imitation, lesquelles relèvent forcément d'une ressemblance intentionnelle. Autrement dit, si le simple jeu d'esprit que constitue l'évocation est proscrit par la protection communautaire d'indications géographiques, on est devant une protection objective que couvre, a fortiori, le cas de l'usurpation et de l'imitation* »[878]. A la différence des notions d'usurpation et d'imitation, la notion d'évocation a, ces dernières années, été régulièrement abordée par les juges européens en matière de protection des appellations d'origine, alors

[877] Voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 2 - §1.

[878] GEORGOPOUPOS (Th.), « Les marques commerciales nationales à l'épreuve des indications géographiques européennes - . - À propos de l'affaire du « cognac » finlandais (CJUE, 1re ch., 14 juill. 2011, aff. jtes C-4/10 et C-27/10, Bureau national interprofessionnel du Cognac) », art. cit.

même qu'elle est à l'origine un élément issu de la doctrine du droit des marques. La juridiction européenne a apporté à diverses reprises des précisions quant aux contours de la notion d'évocation d'une AOP, notamment lors d'affaires concernant l'exploitation de marques ou signes qui évoqueraient une dénomination enregistrée par leur similitude d'écriture et/ou de phonétique.

Tout d'abord, la Cour de justice[879] précise que cette notion recouvre une hypothèse dans laquelle le terme utilisé pour désigner un produit comprend une partie d'une dénomination protégée, de sorte que le nom du produit soit susceptible de rappeler directement à l'esprit du consommateur ledit signe comme image de référence. Pour apprécier l'existence d'une évocation, il faut une parenté visuelle et phonétique manifeste entre les deux termes. Dans une décision en date du 7 juin 2018[880], la Cour de justice vient éclairer l'interprétation de la réglementation de l'Union sur la protection des indications géographiques enregistrées, mais cette fois-ci relativement aux boissons spiritueuses. En l'espèce, un commerçant allemand, Monsieur Klotz, a commercialisé en ligne un whisky produit en Allemagne et portant la dénomination « Glen Buchenbach »[881]. L'association de défense des intérêts de l'industrie du whisky écossais a estimé que l'usage du terme « Glen » portait atteinte à l'indication géographique enregistrée « Scotch Whisky ». Ce terme serait en effet susceptible d'amener les consommateurs à faire un lien inapproprié entre cette indication géographique enregistrée et le produit litigieux, provoquant ainsi une erreur quant à l'origine du whisky en cause. L'association a alors saisi le Tribunal régional de Hambourg pour ordonner la cessation de l'utilisation du terme « Glen ». Le Tribunal a ensuite posé des questions préjudicielles à la Cour de justice quant à l'interprétation de l'article 16, a) à c), du règlement (CE) n°110/2008. Les juges lui ont demandé si la marque « Glen Buchenbach » pouvait constituer une utilisation commerciale directe ou indirecte, une évocation ou bien une indication fausse ou

[879] CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc., pt 25 : les juges européens ont retenu que l'usage de la dénomination « Cambozola » utilisé pour un fromage constituait une évocation illicite de l'AOP « Gorgonzola » ; CJCE, 26 février 2008, *Parmesan,* préc., pt 44 : les juges ont considéré que la dénomination « Parmesan » évoquait l'AOP « Parmiggiano Reggiano » ; CJUE, 14 juillet 2011, *BNIC c/ Gust. Ranin Oy.,* aff. jtes C-4/10 et C-27/10 (ECLI:EU:C:2011:484) *(« BNIC »)*, pt 46. ; CJUE, 21 janvier 2016, *Viiniverla Oy c/ Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto*, aff. C-75/15 (ECLI:EU:C:2016:35) (« *Viiniverla »)*, pt 21.

[880] CJUE, 7 juin 2018, *Glen Buchenbach,* préc. : JurisData n° 2018-014645.

[881] L'étiquette apposée sur les bouteilles de whisky litigieuses précisait les mentions suivantes : « *Waldhornbrennerei* » (distillerie Waldhorn), « *Glen Buchenbach* », « *Swabian Single Malt Whisky* » (whisky single malt souabe), « *500 ml* », « *40 % vol* », « *Deutsches Erzeugnis* » (produit allemand) et « *Hergestellt in den Berglen* » (fabriqué dans les Berglen, dans la vallée du Buchenbach en Souabe en Allemagne). Voir pt 10.

fallacieuse de l'indication géographique « Scotch Whisky » et donc si sa commercialisation était considérée comme portant atteinte à l'indication géographique en question. Selon la Cour, pour établir l'existence d'une évocation d'une indication géographique enregistrée par un produit non couvert par l'enregistrement, il faut se référer à un consommateur européen moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Autrement dit, la juridiction de renvoi doit déterminer si le consommateur, en présence du nom du produit litigieux, est amené à avoir à l'esprit, comme image de référence, la marchandise bénéficiant de cette indication. La Cour a également précisé que si l'évocation n'est pas provoquée par « *une parenté phonétique et/ou visuelle de la dénomination litigieuse avec l'indication géographique protégée* » ni par « *une incorporation partielle de cette indication dans cette dénomination* », le juge national doit tenir compte de « *la proximité conceptuelle entre ladite dénomination et ladite indication* »[882]. Il devra alors vérifier si un consommateur européen moyen pense directement à l'indication géographique protégée « Scotch Whisky » lorsqu'il voit le whisky allemand portant la dénomination « Glen ». En outre, dans le cadre de l'appréciation de l'évocation, il ne doit pas être tenu compte du contexte entourant l'élément litigieux et, notamment, du fait que celui-ci est assorti d'une précision concernant la véritable origine du produit concerné. La simple association de la dénomination « Glen » avec l'indication géographique protégée ou avec la zone géographique concernée n'est pas suffisante. Le consommateur ne doit pas être trompé sur la qualité ou l'origine du produit, c'est ce qui importe le plus pour la Cour de justice. Les juges ont ainsi étendu la protection aux proximités conceptuelles.

Ensuite, la Cour considère de manière générale que l'évocation peut exister même en l'absence de tout risque de confusion entre les produits concernés[883]. L'interprétation de la notion d'évocation est ainsi davantage appréciée par rapport à la ressemblance entre les éléments verbaux employés[884], que par rapport à

[882] Pt 51.

[883] Le juge européen considère de manière générale que « *la protection des AOP et des IGP n'est pas subordonnée à l'existence d'un risque de confusion ou du risque d'égarement du consommateur quant à l'origine des produits* ». MARTIN (S.), « Protection des indications géographiques et droit des marques de l'UE en 2017 », *Jus Vini*, 2018, p. 115 et s., sp. p. 123.

[884] A titre d'illustration, l'enregistrement des marques « Cambozola » (CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola*, préc.) et « Bergazola » (OHMI, div. d'opposition, 12 décembre 2003, n°279C 001072370/1) a été refusé car qualifiées d'évocation de l'AOP « Gorgonzola » ; ou l'enregistrement de la marque « Roncarifort » a été refusée car

l'existence d'un risque de confusion entre les produits. Le régime de protection des AOP et IGP a pour objet d'interdire l'utilisation d'un nom géographique enregistré comme nom de marque d'un produit similaire ou différent, dès lors que son utilisation est susceptible d'usurper ou de défaire la réputation ou la notoriété de ladite dénomination enregistrée. Peu importe d'ailleurs que l'AOP ou l'IGP soit méconnue du public[885]. Saisie en pourvoi pour annulation de la décision du TUE, la CJCE a rendu un arrêt le 14 septembre 2017 [886] qui concernait un litige entre les appellations d'origine protégées « Porto » et « Port », et la marque de l'Union européenne « Port Charlotte » utilisée pour un whisky. Elle a été interrogée notamment sur le fait de savoir si l'utilisation de l'AOP Porto/Port par la marque « Port Charlotte » pouvait constituer un risque de confusion[887]. La Cour de justice admet que le Tribunal[888] a commis une erreur factuelle manifeste. Elle retient l'argument de l'IVDP qui précise que le terme « port » n'existe pas en langue portugaise et que « *de surcroît, le terme employé pour désigner un port, à savoir un lieu situé au bord de la mer ou d'un fleuve, est « porto »*[889]. Elle admet toutefois – tout comme le Tribunal – que le signe « Port Charlotte », dès lors qu'il est composé du terme « port » et du prénom Charlotte, sera perçu comme une unité logique et conceptuelle par le public pertinent comme faisant référence à un port, à savoir un lieu situé au bord de la mer ou d'un fleuve, auquel est associé un prénom et que le public pertinent ne percevra pas de référence géographique au vin de Porto bénéficiant de l'appellation d'origine en cause [890]. L'incorporation dans une marque d'un nom protégé en vertu du règlement concerné n'exploiterait pas la réputation de cette appellation d'origine dans la mesure où cette incorporation n'amène pas le public pertinent à associer la marque contestée avec l'appellation d'origine. En ce sens, le Tribunal n'avait donc

---

qualifiée d'évocation de l'AOP « Roquefort » (OHMI, div. d'opposition, 26 mars 2002, n°814/2002) ; ou l'enregistrement de la marque « Aoste excellente » évocatrice de l'AOP « Valle d'Aosta » (Cass. Com., 31 janvier 2006, préc.). LE GOFFIC (C.), *La* protection *des* indications géographiques *:* France*,* Union européenne*, États-Unis, op. cit.,* p. 139. A l'inverse, la marque *Cave de Tain* a été enregistrée car elle n'évoquait pas l'appellation « Cava » (TUE, 2 juillet 2018, *Consejo Regulador del Cava c/ EUIPO*, aff. T-774/16).

[885] TUE, 11 mai 2010, *Cuvée Palomar*, préc., pt 131 : « *Toutefois, dans la mesure où l'enregistrement de la marque demandée doit être refusé pour le seul motif que cette marque comporte ou est composée d'une indication géographique identifiant des vins lorsque les vins n'ont pas cette origine, il s'ensuit que le fait que le nom qui bénéficie d'une appellation d'origine contrôlée soit inconnu du grand public ou des milieux intéressés, ou qu'il ait un caractère polysémique qui en atténuerait le caractère d'indication géographique, est indifférent pour l'application du motif absolu de refus prévu par l'article 7, paragraphe 1, sous j), du règlement n° 40/94.* »

[886] CJUE*,* 14 septembre 2017*, Port Charlotte*, préc.*.*

[887] Pour un rappel des faits, voir Partie 1 – Chapitre 2 – Section 2 - §2 – B.

[888] TUE, 18 novembre 2015, Instituto *dos* Vinhos *do* Douro *e do* Porto *IP c/ OHMI*,préc..

[889] TUE, 18 novembre 2015, Instituto *dos* Vinhos *do* Douro *e do* Porto *IP c/ OHMI*,préc., pt 112.

[890] Pt 116.

pas enfreint la loi. Selon la Cour, aucun lien ne sera fait entre le whisky et le vin bénéficiant de l'AOP pour le consommateur moyen, puisque ce dernier comprendra le signe « Port Charlotte » comme désignant un port portant le nom d'une personne dénommée « Charlotte », sans l'associer à un vin de port couvert par la désignation d'origine « Porto » ou « Port ». Pour qu'il y est « évocation », il faut analyser le comportement du consommateur. Est-il induit en erreur on non ? Si non, il ne peut y avoir « évocation ». La position de la Cour[891] peut surprendre puisque la notion d' « évocation » en droit européen, mais aussi en droit français, ne signifie pas un risque de confusion pour le consommateur, mais plutôt une association d'idées[892]. Rappelons qu'il peut y avoir « évocation » « *même en l'absence de tout risque de confusion entre les produits concernés* »[893], ce qui importe étant, notamment, que ne soit pas créée dans l'esprit du public une association d'idées quant à l'origine du produit, ni qu'un opérateur ne profite de manière indue de la réputation d'une indication géographique protégée. La Cour reprend par ailleurs le raisonnement du Tribunal qui avait précédemment jugé que, d'une part, bien que le terme « port » fasse partie intégrante de la marque contestée, le consommateur moyen, à supposer qu'il soit d'origine ou de langue portugaise, n'associera pas ladite marque à un vin de Porto bénéficiant de l'appellation d'origine en cause ; et d'autre part, que les différences entre les caractéristiques respectives d'un vin de Porto et d'un whisky (ingrédients, teneur en alcool, goût), bien connues par le consommateur moyen, iraient également dans ce sens. En tout état de cause, il est intéressant de noter que la décision de la Cour s'écarte cette fois-ci de l'avis de l'avocat général Campos Sanchez-Bordona. Ce dernier soutenait en effet que les deuxième et troisième moyens d'appel de l'IVDP devaient être accueillis en partant de l'hypothèse que,

[891] Sur ce point, l'avocat général est en accord avec la jurisprudence « Port Charlotte », puisque ce qui compte est de vérifier si les consommateurs en matière d'exploitation est induit en erreur. Peu importe alors s'il y a association d'idée, le consommateur étant suffisamment averti ou non comme quoi il n'y a pas de Champagne. Concl. de l'Avocat général, Manuel CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA présentées le 20 juillet 2017.

[892] A cet effet, la Chambre civile du Tribunal suprême espagnol (T*rib. suprême, ch. civ., 1er mars 2016, n° 2660/2013, CIVC c/ Industrias Espadafor SA, STS 771/2016* était du même avis que la Cour de justice. Dans sa décision en date du 1er mars 2016, elle énonçait que l'affaire ressemblait beaucoup à celle de « Champony » portée devant la Cour de cassation le 7 juillet 2009, en ce qui concernait un jus de pomme pétillant sans alcool pour enfants. Il n'y avait pas de risque de confusion ni d'évocation, puisque les produits portant le terme litigieux « Champagne » n'étaient pas similaires au champagne. Voir en ce sens : Cass. Com., 7 juillet 2009, n° 08-10817 : JurisData n° 2009-049268 ; JCP E 2009, 2025, note S. VISSE-CAUSSE ; JCP E 2009, 2143, n° 16, note Ch. CARON ; PIBD 2009, n° 905, III, p. 1430. ; Th. GEORGOPOULOS, « La protection européenne des appellations d'origine sous tempête espagnole – L'affaire « Champin » et la question des appellations « notoires », art. cit.

[893] Voir, notamment, PETIT (Y.), « CJUE, 21 janvier 2016, aff. C-75/15, Viiniverla », *Revue de droit rural 2016*, comm. 211. *;* CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc.

même en l'absence de tout risque de confusion avec l'AOP « Porto » ou « Port », la marque « Port Charlotte » pouvait évoquer, dans l'esprit d'un consommateur européen raisonnablement informé et raisonnablement attentif, les vins protégés par cette AOP, affectant ainsi la réputation ou le prestige de cette AOP. Les juges européens semblent être allés trop loin, en introduisant cette question de risque de confusion. Ils auraient en effet dû rester concentrer sur la notion même d' « évocation ». D'autre part, la décision ne mentionne pas la forme de la bouteille utilisée par la marque de whisky. II y est simplement fait référence aux termes « Porto », « Port », « Oporto », « vin de Porto », « Portvin », « Portwein », « Portwijn », alors même qu'elle pourrait également constituer une certaine évocation, même si indirecte.

La notion d'évocation est prise dans son sens le plus large. Mais la portée de la protection offerte aux AOP et IGP semble être expressément limitée aux seuls éléments verbaux constitutifs de la dénomination protégée, à la différence de celle des marques qui permet une protection plus accrue (signes figuratifs). Il y a toutefois eu récemment un alignement du régime de protection des AOP sur celui du droit des marques par le juge européen, dans l'objectif de garantir une protection efficace des appellations comme signes distinctifs. Moins d'un an après la décision du 7 juin 2018, la Cour de justice est de nouveau interrogée sur l'interprétation à donner quant à la notion d'évocation, et doit notamment se prononcer sur les éléments à prendre en considération pour apprécier l'évocation illicite en matière d'AOP. Alors que les précédentes affaires portaient sur des dénominations de produits, la Cour intervient ici sur l'usage de signes figuratifs. Elle a rendu un arrêt[894] concernant un litige qui opposait la « Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego » (le groupement de producteurs chargé de la gestion et de la protection du fromage couvert par l'AOP « Queso Manchego »[895] située en Espagne) à la société « Industrial Quesera Cuquerella SL et à son dirigeant Juan Ramón Cuquerella Montagud. Cette dernière commercialisait trois marques de

[894] CJUE, 2 mai 2019, *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego c/ Industrial Quesera Cuquerella SL et Juan Ramón Cuquerella Montagud*, aff. C-614/17 (ECLI:EU:C:2019:344) (« *Queso Manchego »)*.

[895] Règlement (CE) n°1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) n°2081/92 du Conseil (JOUE L 148 du 21.6.1996, p. 1–10).

fromages fabriqués dans la région espagnole de « La Mancha », sans respecter les conditions fixées au cahier des charges de l'AOP « Queso Manchego », en utilisant un packaging contenant sensiblement des références à l'univers de Don Quijote (un chevalier ressemblant, un cheval osseux, des moulins à vent, des brebis), des paysages et représentations de la région « La Mancha », et en utilisant l'expression « Quesos Rocinante »[896][897]. Il était reproché d'avoir utilisé des caractéristiques de l'AOP pour identifier et commercialiser des produits non couverts par l'appellation en question. Le groupement de producteurs a engagé une action en justice devant la juridiction espagnole[898] contre la société en question, estimant que les étiquettes utilisées par cette dernière constituaient une évocation illicite de l'AOP au sens de l'article 13 §1 b) du règlement (CE) n°510/2006[899]. Saisie de l'affaire, la Cour suprême espagnole (Tribunal Supremo) a posé des questions préjudicielles à la Cour de justice, notamment de savoir si l'évocation d'une dénomination enregistrée peut se produire par l'emploi d'éléments figuratifs. Cette dernière y a répondu par l'affirmative le 2 avril 2019, en considérant que l'évocation d'une dénomination enregistrée est effectivement susceptible d'être produite non seulement par l'emploi de signes verbaux, mais également par l'emploi de signes figuratifs. La Cour fait une interprétation large des termes énoncés du règlement européen[900]. Pour répondre à la première question, elle a rappelé que de telles évocations sont interdites même si la véritable origine du produit (ou du service) est indiquée[901] sur son emballage ou

[896] Les images et le terme « Rocinante » utilisés font référence au roman Don Quichotte de La Manche, de Miguel de Cervantès, Rossinante étant le nom du cheval monté par Don Quichotte. Communiqué de presse n°55/19 de la CJUE du 2 mai 2019, « L'utilisation de signes figuratifs évoquant l'aire géographique à laquelle est liée une appellation d'origine protégée (AOP) peut constituer une évocation illicite de celle-ci ». Disponible en ligne : https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2019-05/cp190055fr.pdf

[897] Pt 19.

[898] A noter que la juridiction espagnole a rejeté à deux reprises l'action en contrefaçon de la requérante au motif que les signes verbaux et figuratifs utilisés impliquaient une évocation de la région « La Mancha » et non de la dénomination en question chez le consommateur.

[899] Règlement (CE) n°510/2006.

[900] RIGAUX (A.), « Appellations d'origine protégées », art. cit.

[901] La mention d'origine autrichienne dudit fromage, de même apparence, est sans incidence, puisque la réglementation européenne interdit toute mention dite délocalisante : CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola*, préc. En ce sens, la Cour d'appel de Paris a rejeté le 25 avril 2007 les marques « Shampanskoe » et « Sovietskoe Shampanskoe », car elles étaient composées d'une traduction de l'appellation d'origine « Champagne » pour des produits similaires aux vins de champagne. CA Paris, 25 avril 2007, n° 06/03001 : PIBD 2007, n° 855, III, p. 440. – V. S. DURRANDER : D. 2007, chron. p. 2833. Voir LE GOFFIC (C.), « Retour sur le cas du « Champagne soviétique » (commentaire de l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 25 avril 2007) », *Propriété industrielle*, n° 4, Avril 2008, étude 7.

autre[902], ou si la dénomination est traduite, transcrite, translittérée ou accompagnée d'une mention telle que « genre », « type », « méthode », « façon » ou « imitation ». Dans ce contexte et alors qu'elle ne s'était prononcée jusqu'à présent que sur l'évocation d'une AOP par la représentation d'éléments verbaux, la Cour de justice estime que la dénomination enregistrée est protégée contre « toute » évocation, que ce soit au moyen d'éléments verbaux comme figuratifs, afin que le consommateur puisse disposer d'informations claires, brèves et crédibles[903]. Elle vient d'ailleurs critiquer l'interprétation restrictive de la Commission européenne sur ce point, en déclarant que : *« en ce qui concerne le contexte dans lequel la notion d'« évocation » s'inscrit, il ne saurait être admis que, comme la Commission le soutient, l'évocation d'une dénomination enregistrée au moyen de signes figuratifs ne puisse être examinée qu'au regard de l'article 13, paragraphe 1, sous c), du règlement n°510/2006 »*. En reprenant une jurisprudence précédente, elle déclare également qu'il appartient au juge national de vérifier si des signes figuratifs sont susceptibles de rappeler directement à l'esprit du consommateur les produits bénéficiant d'une dénomination enregistrée[904]. La juridiction de renvoi doit à cette occasion vérifier que les signes figuratifs en question, comme verbaux, sont susceptibles de créer une proximité conceptuelle avec une AOP, si bien qu'ils évoqueront dans l'esprit du consommateur comme image de référence le produit bénéficiant de l'AOP. La Cour ajoute ensuite que l'utilisation de signes figuratifs évoquant l'aire géographique à laquelle est liée une appellation d'origine est susceptible de constituer une évocation de celle-ci, y compris dans le cas où lesdits signes figuratifs sont utilisés par un producteur établi dans cette région, mais dont les produits, similaires ou comparables à ceux commercialisés sous cette appellation d'origine, ne sont pas couverts par celle-ci. Le règlement de l'Union ne prévoit en effet aucune exclusion qui permet à un producteur établi dans une zone renvoyant à une AOP d'évoquer cette dernière, si ses produits sont similaires ou comparables à ceux protégés par ladite appellation et

[902] En ce sens, CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc. : la Cour a ajouté que la mention éventuelle de l'origine véritable du produit sur son emballage ou d'une autre manière était sans incidence pour apprécier une éventuelle évocation de la dénomination « Gorgonzola ». En France, la Cour a également considéré que la vente d'un gruyère générique dans un emballage précisant le lieu d'origine, soit comportant la mention « Gruyère fabriqué en Franche-Comté » ou « issu d'une tradition séculaire en Franche-Comté », accompagnée de la revendication de qualités similaires à celles d'un gruyère AOP « Comté » évoquait l'AOP « Comté », et était donc interdite. Cass. Com., 23 octobre 2007, n°06-12022, *F-B, Société LIDL c/ CIGC*. Voir PASSA (J.), *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, *op. cit*, p. 884.

[903] Pt 29.

[904] Pt 31. CJUE, 7 juin 2018, *Glen Buchenbach*, préc., pt 51.

s'ils ne respectent pas les conditions que l'appellation vient garantir. Introduire une telle exception reviendrait à vider de sa substance l'article 13 § 1 b).

Ainsi, la jurisprudence européenne consacre une notion très large de ce qu'est l'évocation. Cette dernière peut en effet apparaître par l'utilisation d'une dénomination verbale, d'une dénomination de vente, de la marque l'identifiant, voire d'éléments figuratifs, et ne suppose pas l'existence de risque de confusion. Par ce rapprochement du régime des marques, on assiste de plus en plus à un renforcement de la protection des AOP et IGP au niveau européen. La prudence est donc de mise pour les producteurs désireux de déposer une marque, afin d'éviter toute évocation même subtile d'une dénomination enregistrée.

B. La notion du consommateur d'attention moyenne, inspirée du droit des marques

Les éléments figuratifs, comme verbaux, d'une marque peuvent constituer une évocation illicite d'une AOP pour des produits similaire ou comparables à ceux commercialisés sous l'AOP. A cet effet, la jurisprudence européenne se réfère à la notion de « consommateur d'attention moyenne ». Dans l'affaire « Queso Manchego » précédemment citée, la Cour Suprême espagnole pose une troisième question préjudicielle à la Cour de justice, à savoir si la notion de consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé », à la perception duquel la juridiction nationale doit s'attacher pour déterminer l'existence d'une « évocation » aux fins de l'article 13, paragraphe 1, b), du règlement (CE) n°510/2006 doit être comprise comme faisant référence aux consommateurs européens ou si le secteur géographique peut être restreint aux consommateurs de l'Etat membre dans lequel est fabriqué le produit qui donne lieu à l'évocation de l'IGP ou auquel la dénomination est géographiquement liée et dans lequel il est majoritairement consommé.

En réponse, la Cour de justice reprend de manière classique sa jurisprudence antérieure propre au droit des marques pour définir la notion de « consommateur européen d'attention moyenne » à prendre en considération dans l'appréciation d'une évocation d'AOP. Elle rappelle tout d'abord que le « consommateur de référence » est « un consommateur moyen normalement informé et raisonnablement

attentif et avisé »[905]. Ce dernier faisant partie du grand public fera preuve d'un niveau d'attention moyen[906]. Ensuite, elle précise que ce concept doit être interprété comme faisant référence aux consommateurs européens de manière générale, mais également aux seuls consommateurs de l'État membre d'origine du produit couvert par l'AOP[907], eu égard à la nécessité de garantir une protection effective et uniforme des dénominations enregistrées contre l'existence d'une évocation[908] au sens de la réglementation européenne. Cette protection vaut pour l'ensemble du territoire européen. Ainsi, la Cour de justice opte pour une conception large et inclusive de la notion de « consommateur moyen » et répond avec une notion large de la définition du consommateur et du territoire qu'il habite, pour déterminer l'existence ou non d'une évocation d'un signe identique ou similaire. De ce fait, l'absence d'évocation par les seuls consommateurs d'un Etat membre ne suffit pas pour exclure la violation de l'AOP en cause. Toutefois, une évocation appréciée par rapport aux consommateurs d'un seul Etat membre / du pays d'origine, les consommateurs espagnols en l'espèce, peut suffire à déclencher la protection prévue par la réglementation européenne[909]. En procédant ainsi, la Cour s'aligne sur les mêmes considérations que celles du droit des marques pour apprécier l'existence d'un risque de confusion[910].

L'évocation d'une AOP ou IGP peut ainsi résulter de facteurs tels que la parenté phonétique et/ou visuelle manifeste entre la dénomination litigieuse et l'indication protégée ; l'incorporation partielle de l'indication protégée dans la dénomination contestée ; ou encore la proximité conceptuelle entre ces deux dernières, voire l'emploi de signes figuratifs.

---

[905] Pt 45. Dans le même sens, CJCE, 6 juillet 1995, *Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V. c/ Mars GmbH*, aff. C-470/93 (ECLI:EU:C:1995:224) : *Europe 1995*, comm. 297, obs. A. RIGAUX et D. SIMON ; CJUE, 4 juin 2015, *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. c/ Teekanne GmbH & Co. KG*, aff. C-195/14 (ECLI:EU:C:2015:361), pt 36 : *Europe 2015*, comm. 336, obs. A RIGAUX.

[906] TUE, 24 novembre 2016, *Speciality Drinks Ltd c/ EUIPO*, aff. T-250/15 (ECLI:EU:T:2016:678) (« *Clan c/ Clan Maggregor »*), pt 26.

[907] Pt 50. Revirement par rapport à l'affaire « Viinerla » où les juges européens considéraient que le public visé correspondait aux consommateurs européens, et non au consommateur de l'Etat membre dans lequel est fabriqué le produit donnant lieu à l'évocation de la dénomination protégée. CJUE, 21 janvier 2016, *Viiniverla*, aff. C-75/15, pts 27 et 28 ; CJUE, 7 juin 2018, *Glen Buchenbach,* préc., pts 56 et 59.

[908] Pt 47. Voir GOURGUECHON (N.), « Affaire Queso Manchego et réglementation des AOP : vers un renforcement des prérogatives des titulaires de droits », *Propriété intellectuelle*, 3 septembre 2019.

[909] Pt 48.

[910] TPICE, 11 mai 2005, *Grupo Sada, pa, SA c/ OHMI*, aff. T-31/03 (ECLI:EU:T:2005:169), pt 47.

Formulée ainsi, cette application en matière d'AOP est résolument nouvelle et ne peut que témoigner, une nouvelle fois, de la protection étendue dont bénéficient les AOP. La Cour de Justice a ainsi fait évoluer sa jurisprudence vers une orientation pour le moins surprenante, puisque l'évocation est à l'origine un élément issu du droit des marques alors qu'il y a « évocation » par rapport à un signe, notamment par rapport à une AOP, dans l'ensemble de ces décisions susmentionnées.

L'évocation est ici utilisée comme en droit des marques. Il existe une forme de protection, sous forme de signe, en l'occurrence : la marque, qui est finalement assez proche aussi bien conceptuellement qu'en pratique de la notion d'appellation d'origine. En tout état de cause, ces décisions marquantes sont plutôt claires et favorables pour la protection des indications géographiques en Europe, et vont dans le sens d'une protection accrue pour ce signe distinctif, qui est l'AOP. Ainsi, l'objectif d'assurer au mieux la bonne information des consommateurs est clairement défini tant par la réglementation européenne que par la jurisprudence européenne. En somme, les producteurs de produits comparables non protégés de la dénomination enregistrée devront redoubler de vigilance dans leurs stratégies marketing et communication pour éviter d'évoquer l'AO, que ce soit par le biais d'une dénomination verbale ou d'éléments graphiques.

§2. Des éléments d'apaisement jurisprudentiels

Le choix du signe à déposer en tant que marque pour des opérateurs économiques n'ayant pas le droit d'utiliser une AOP ou IGP se complexifie de jour en jour. Si une marque peut être composée d'un nom géographique, encore faut-il que ce nom ne soit pas déjà protégé par une dénomination enregistrée. Par ailleurs, la doctrine constate un net recul des marques, faute d'espace libre[911], notamment en raison du besoin de protéger des AOP et IGP par rapport aux noms géographiques protégés sur la base de conventions bilatérales liant l'Union européenne et consacrant la reconnaissance mutuelle des IG[912]. Le succès de ces signes,

[911] Un article publié en 2018 de l'*Harvard Law Review* fait état de l'épuisement des marques, avec un taux de refus d'enregistrement qui ne cesse d'augmenter. BEEBE (B.), FROMER (J.-C.), "Are we running out of trademarks ? An empirical study of trademark depletion and congestion", *Havard Law Review*, Vol. 131, n°4, Février 2018, p. 945 et s.

[912] GEORGOPOULOS (Th.), « Les marques vitivinicoles à l'aune des spécificités du vin – Leçons de la jurisprudence européenne », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

notamment en interne[913], rend en effet la démarche difficile, d'autant plus que l'accès à la liste de ces dénominations géographiques enregistrées n'est toujours pas aisé[914]. Ainsi, les opérateurs économiques doivent être vigilants quant au choix du signe qu'ils souhaitent protéger en tant que marque. En outre, une revue des arrêts récents rendus dans le cadre des conflits entre l'AOP et la marque vient rappeler la prééminence des AOP sur les marques, face à la nécessité de sauvegarder les noms géographiques protégés au niveau européen mais également ceux protégés par les accords conclus avec les pays tiers (A). Toutefois, nous observons depuis peu une certaine recherche d'équilibre de la part du juge européen, qui tente d'apporter des éléments d'apaisement dans ce conflit qui oppose bien trop souvent ces deux signes distinctifs. Ce qui intéresse la pratique du droit, y compris la jurisprudence, c'est la manière dont on peut faire des arbitrages, laisser suffisamment de place pour que des marques aient de la distinctivité et enfin pour que chacun, dans la mesure du possible bien entendu, ait sa place sous le soleil (B).

A. La protection des AOP : une interprétation téléologique du juge

Dans sa compétence préjudicielle, la Cour de justice s'est récemment livrée à une interprétation téléologique[915] de la réglementation relative aux AOP et IGP. Dans l'affaire en date du 2 avril 2019[916] que nous avons évoqué précédemment, elle s'est prononcée à titre préjudiciel sur l'interprétation de la notion d'« évocation » et a une nouvelle fois eu l'occasion de laisser tout son zèle interprétatif se déployer, en ce qui concerne la protection des AOP et IGP. L'objectif de la réglementation relative aux AOP et IGP est notamment d'assurer que le consommateur dispose d'une information claire, brève et crédible, le renseignant de façon précise sur l'origine du produit[917]. Pour atteindre cet objectif, la Cour de justice aura recours en l'espèce à la méthode dite « téléologique ». Cette méthode consiste à interpréter un texte à la

[913] RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit.
[914] S'ajoutent également les indications géographiques provenant de pays tiers qui sont automatiquement reconnues par l'Union européenne en vertu d'accords bilatéraux signés avec cette dernière.
[915] AHIEU (M.), « *L'interprétation du droit communautaire », in M. Van De Kerchove (sous la dir.), L'interprétation en droit. Approche pluridisciplinaire, Publications des Facultés universitaires Saint-Louis, Bruxelles, 1978,* pp. 349-383.
[916] Arrêt Queso Machego, préc.
[917] Pt 29.

lumière du contexte et de la finalité du texte interprété[918]. Conformément à une jurisprudence constante, pour interpréter une disposition du droit de l'Union, elle doit prendre en considération non seulement les termes de celle-ci, mais également son contexte et les objectifs poursuivis par la réglementation dont elle fait partie[919]. Il convient d'interpréter *« la réglementation en cause en se fondant tant sur sa finalité que sur son économie générale* »[920]. La Cour s'y substitue en l'occurrence lorsqu'un texte, qui en raison de divergences entre les diverses versions linguistiques[921] ou de notions insuffisamment explicités[922], ne se prête pas à une interprétation claire et uniforme.

En procédant à une interprétation téléologique, la Cour énonce ainsi que l'utilisation de signes figuratifs évoquant l'aire géographique à laquelle est liée une AOP peut constituer une évocation illicite de celle-ci. Il semblerait – à la lumière des différentes analyses de jurisprudence – que la Cour ait tendance à interpréter de manière extensive la notion d' « évocation » et, par la même occasion, à accorder une protection étendue à ces dénominations. Par cette décision, la Cour de Justice a souhaité étendre davantage la protection des titulaires de ces signes distinctifs face aux pratiques de la concurrence. En revanche, même si le recours à cette méthode d'interprétation est louable[923], il serait certainement judicieux que les textes soient plus explicites afin d'éviter, d'une part, que les autorités nationales fassent constamment appel à la Cour de justice, et d'autre part, pour appréhender au mieux l'étendue de cette protection. Ce dernier point est d'autant plus important que les opérateurs économiques doivent désormais être non seulement vigilants au moment du dépôt d'une marque mais également au niveau du développement de leurs stratégies marketing et communication, afin d'éviter tout évocation d'AOP ou IGP.

---

[918] SIBONY (A.-L.)*, Le juge et le raisonnement économique en droit de la concurrence*, Avant-propos B. VESTERDORF, Préface G. CANIVET, Paris, LGDJ, Coll. Droit & Économie, 2008, 883 p.

[919] CJUE, 17 mai 2018, *Industrias Químicas del Vallés SA c/ Administración General del Estado et Sapec Agro SA,* aff. C-325/16 (ECLI:EU:C:2018:326), pt 27 ; CJUE, 7 juin 2018, *Glen Buchenbach,* préc., pt 27 ; CJUE, 23 janvier 2018, *Dawid Piotrowski*, aff. C-367/16 (ECLI:EU:C:2018:27), pt 40 ; CJUE, 7 février 2018, *American Express Company c/ The Lords Commissioners of Her Majesty's Treasury*, aff. C-304/16 (ECLI:EU:C:2018:66), pt 54.

[920] CJUE, 7 septembre 2017, *Austria Asphalt GmbH & Co OG c/ Bundeskartellanwalt*, aff. C-248/16 (ECLI:EU:C:2017:643), pt 20. Voir également CJCE, 21 novembre 1974, *Moulijn c/ Commission*, aff. 6-74 (ECLI:EU:C:1974:129), pts 10 et 11.

[921] CJCE, 30 janvier 2001, *Royaume d'Espagne c/ Conseil de l'Union européenne*, aff. C-36/98 (ECLI:EU:C:2001:64), pts 47 et 49.

[922] CJCE, 27 juin 2002, *Commission* c/ *France*, aff. C-258/00 (ECLI:EU:C:2002:400).

[923] Ce n'est pas la première fois que la Cour ait recours à cette méthode pour interpréter la réglementation en matière d'AOP et IGP : CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc., pt 25 ; CJUE, 7 juin 2018, *Glen Buchenbach,* préc., pt 51.

Le juge européen étend ainsi la protection des AOP au-delà du nom protégé. Par ailleurs, il apportera très probablement de nombreux points d'intérêts quant à l'usage de caractéristiques physiques d'un produit non couvert par une AOP ou IGP[924], ce qui laisserait encore moins de latitude pour un opérateur économique désireux de déposer une marque.

B. Un assouplissement jurisprudentiel en faveur de l' « approche marque »

En matière de jurisprudence européenne, de nombreuses décisions démontrent une nette tendance du juge européen à faire de la place (aux marques) face aux AOP et IGP afin que de nouvelles marques puissent être déposées.

Tout d'abord, le TUE a en effet rendu un arrêt pour le moins étonnant en 2010[925]. Pour rappel, dans l'affaire « Cuvée Palomar »[926], le juge a clairement réservé une place de choix aux dénominations enregistrées, allant par là même bien au-delà de ce que la réglementation prévoyait. Le juge a considéré que la société Abadía Retuerta ne pouvait pas déposer une demande d'enregistrement comme marque communautaire du signe verbal « Cuvée Palomar » pour ses vins dans la mesure où cette dernière entrait en conflit avec l'indication « El Palomar ». Il s'avère qu'il existe une commune « El Palomar » de la sous-région Clariano de l'appellation d'origine espagnole « Valencia »[927], elle-même protégée par la législation nationale[928]. Par conséquent, le vin pour lequel la marque est demandée n'étant pas issu de ladite commune, la marque « Cuvée Palomar » ne pouvait être enregistrée. La protection de l'appellation d'origine contrôlée s'étend ainsi aux noms des communes situées dans l'aire de production enregistrée et laissent une marge de manœuvre mineure

[924] Voir Cass. Com., 19 juin 2019, n°17-25.822.

[925] GEORGOPOULOS (Th.), « La protection renforcée des appellations d'origine à l'égard des marques viticoles - À propos de l'arrêt « Abadía Retuerta » du Tribunal de l'Union européenne », art. cit.

[926] TPUE, 11 mai 2010, *Cuvée Palomar,* préc. Pour un rappel des faits, voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 2 - §1 – B – 1.

[927] Sur la base du règlement (CE) n°1493/1999, portant organisation commune du marché du vin, l'appellation d'origine contrôlée *« Valencia »*, correspondant à la région vitivinicole de Valence en Espagne, a été incluse dans la liste des vins de qualité produits dans une région déterminée prévue et annexée au règlement (CE) n°1493/1999.

[928] Pts 82, 86-88, 110-112 : « *aux termes de la législation espagnole et, par conséquent, de l'article 52 du règlement n°1493/1999, portant organisation commune du marché vitivinicole, qui précise que, si un État membre attribue le nom d'une région déterminée, y compris le nom d'une commune, à un v.q.p.r.d., ce nom ne peut être utilisé pour la désignation de produits du secteur vitivinicole ne provenant pas de cette région et/ou auxquels ce nom n'a pas été attribué conformément aux réglementations communautaire et nationale applicables* ».

aux marques désireuses de se développer. A titre d'illustration, cela signifierait que les 319 communes en Champagne seraient également protégées par le biais de l'AOC Champagne. Cela rend le jeu bien plus complexe pour l'opérateur économique, puisqu'il n'est déjà pas aisé d'avoir accès à la liste des indications géographiques enregistrées. Si on ajoute à cela, les noms des communes de la zone géographique enregistrée, l'opérateur devra redoubler de vigilance.

En protégeant le village El Palomar de cette manière, le juge a souhaité laisser la possibilité à tout producteur situé dans cette zone géographique de créer de la valeur à travers le nom dudit village.

Notons néanmoins que des nuances ont récemment été apportées par l'EUIPO. Le 8 novembre dernier[929], l'Office a rendu une décision concernant un litige qui opposait la « Consejo Regulador Denominación de Origen Ribeira Sacra » (le groupement de producteurs chargé de la gestion et de la protection du vin couvert par l'AOP « Ribeira Sacra » située en Espagne) à la société française « Vertech SARL ». Cette dernière a déposé une marque verbale « Sil » pour des produits relevant de la classe 42 au sens de l'Arrangement de Nice. En l'espèce, le Consejo invoque l'article 8, paragraphe 4 bis, du règlement (CE) n°207/2009 (actuellement l'article 8, paragraphe 6, du RMUE). Il fait valoir que l'AOP « Ribeira Sacra » a acquis une renommée en Espagne et que, par conséquent, la marque contestée exploiterait cette réputation en vertu de l'article 103 du règlement (UE) n°308/2013. En outre, il explique que la zone délimitée de l'AOP est divisée en cinq sous-zones, dont fait partie RIBEIRAS DO SIL et que la marque constituée de la dénomination « SIL », comprend ainsi la dénomination correspondant à la sous-zone Ribeiras do Sil. La marque devait par conséquent être refusée à l'enregistrement, puisque, conformément à l'article 8, paragraphe 2[930] de la Loi n°2/2005 du 18 février pour la promotion et la défense de la qualité alimentaire galicienne, la protection accordée à une AOP s'étend aux noms de régions, des comtés, des villes, des zones administratives et des localités qui composent leur aire géographique respective par rapport à des produits de même nature ou de nature similaire. L'Office rejette cette opposition au motif que la protection conférée à l'AOP « Ribeira Sacra » est accordée uniquement au nom de

[929] EUIPO, décision du 8 novembre 2018, C*onsejo Regulador Denominacion de Origen Ribeira Sacra c/ Vertech SARL*, n° B 2 959 107.

[930] Art. 8 §2 de la loi 2/2005 : « *2. La protección otorgada por una denominación geográfica de calidad se extiende al uso de los nombres de las regiones, comarcas, municipios, parroquias y localidades que componen su respectiva área geográfica con relación a productos de la misma o similar naturaleza*. »

l'AOP tel qu'il est enregistré et ne s'étend pas *de facto* aux noms des sous-régions, sous-dénominations, zones administratives locales ou localités de la zone couverte par ladite AOP. Cette décision rompt avec la jurisprudence antérieure du juge européen, et donc avec celle de « Cuvée Palomar ». La jurisprudence Palomar était une particularité espagnole avant la création du système européen. Ainsi, il ne peut y avoir de confusion aux yeux du public entre l'AOP et une marque vitivinicole « Sil ». Il n'y a pas de raison d'aller si loin. Cette décision vient ainsi s'inscrire dans la tendance actuelle d'une volonté de laisser les marques subsister face aux AOP et IGP**.** Mais encore faut-il que le juge suive le raisonnement de l'Office pour envisager une sorte de retour à l'équilibre en ce qui concerne l'enregistrement de marques homonymes à des AOP ou IGP.

Une autre affaire est venue montrer une sorte d'apaisement, voire une concession des marques par rapport aux AO : il s'agit de la jurisprudence « Port Charlotte » en date du 14 septembre 2017. Dans son arrêt[931], la Cour de justice a d'une part considéré que bien que le terme « port » fasse partie intégrante de la marque contestée, le consommateur moyen, à supposer qu'il soit d'origine ou de langue portugaise, lorsqu'il sera face à un whisky portant ladite marque, n'associera pas celle-ci à un vin de Porto bénéficiant de l'appellation d'origine en cause ; et d'autre part, que les différences non négligeables entre les caractéristiques respectives d'un vin de Porto et d'un whisky, bien connues par le consommateur moyen, iraient également dans ce sens. En effet, les spécificités dudit whisky telles les ingrédients, la teneur en alcool ou encore le goût sont autant d'éléments qui permettent de le différencier du vin en question, qui lui, est produit sur la base du cahier des charges. Il faut tenir compte des spécificités pour chacun des produits (vin versus spiritueux) pour éviter d'induire en erreur le consommateur moyen lorsque ce dernier se fournira en Porto. Il sera suffisamment attentif et il n'y aura par conséquent aucun risque de confusion. C'est en tout cas un des éléments qui a amené la Cour de justice à la conclusion qu'il n'y avait pas de risque de confusion notable aux yeux du public. Une brèche semble ainsi s'être ouverte avec une distinction faite à l'intérieur de la classe 33, à savoir pour les vins et spiritueux.

[931] CJUE*,* 14 septembre 2017*, Port Charlotte,* préc.. Pour un rappel des faits, voir Partie 1 – Chapitre 2 – Section 2 - §2 – B.

Un peu plus tard, dans son arrêt en date du 20 décembre 2017, la Cour de justice a précisé que tout dépendait finalement de la contribution du produit d'AOP Champagne pour le faire figurer sur un étiquetage. Autrement dit, sa contribution devait en l'occurrence avoir une caractéristique essentielle du produit fini, c'est-à-dire si ce dernier a un impact sur le goût. La jurisprudence peut ici être discutée et discutable, comme nous l'avons mentionné dans la partie précédente[932]. A la lecture de cette jurisprudence, il est intéressant de noter qu'une question n'a pas été posée : celle de l'utilisation du mot Champagne sur l'emballage. Ainsi, dans quelle mesure cette jurisprudence peut-elle être utilisée en matière de marques ? En d'autres termes, est-il possible d'imaginer qu'Aldi puisse utiliser le terme « Champagne » et demander par la suite l'enregistrement de la marque « Champagner Sorbet » pour des produits comme du sorbet, de la glace ou autres types de produits alimentaires qui comportent le mot « Champagne », à condition d'une part, qu'il soit question de l'utilisation de cette AOP comme ingrédient, et d'autre part, qu'il en soit une caractéristique essentielle[933]. Cette question n'a pas été abordée, mais nous intéressera très certainement dans un futur proche.

S'agissant des conflits opposant des marques de vin, le juge européen se veut également plus « laxiste » en prenant notamment en compte les modes de consommation pour déterminer le caractère distinctif d'une marque. La perception des marques qu'a le consommateur des produits en cause joue en effet un rôle déterminant dans l'appréciation globale du risque de confusion.

Dans l'affaire T-187/16[934], le juge européen a été interrogé sur un litige qui opposait la marque verbale antérieure « Pitu » enregistrée, entre autres, pour des vins et la marque verbale « Litu » pour des vins d'origine chilienne. Y avait-il un risque de confusion entre ces deux signes en conflit ? La TUE a considéré que, bien qu'il

[932] CJUE, 20 décembre 2017, *Champagner Sorbet*, préc. Pour un rappel des faits, voir Partie 1 – Chapitre 1 – Section 2 - §1 – B – 2.

[933] A noter que la Cour de cassation dans son arrêt en date du 5 juillet 1994 a déclaré illite l'utilisation du nom d'AOC Roquefort pour désigner un produit dénommé « Les Fromages de Saint-Moret au Roquefort », alors que le produit litigieux contenait dans sa composition du fromage de Roquefort dans la proportion de 11%, et que l'article 1er de la loi du 26 juillet 1925 n'interdisait pas la fabrication d'un produit contenant du Roquefort véritable. Cass. Com., 5 juillet 1994, n° 92-17534, Bull. 1994 IV N° 249 p. 197.

[934] TUE, 25 janvier 2017, *Anton Riemerschmid Weinbrennerei und Likörfabrik GmbH & Co. KG c/ EUIPO*, aff. T-187/16 (ECLI:EU:T:2017:30). Voir GEORGOPOULOS (Th.), « Les marques vitivinicoles à l'aune des spécificités du vin – Leçons de la jurisprudence européenne », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019, p. 52

existait des similitudes tant sur le plan visuel que sur le plan phonétique, il n'existait pas de risque de confusion entre les marques en conflit pour le public pertinent présentant un niveau d'attention moyen. Le requérant avait indiqué, à juste titre, que les produits en cause sont le plus souvent commandés dans des endroits bruyants, comme des bars et des restaurants, et qu'il pouvait donc avoir un risque de confusion. Le juge européen entend l'argument, mais a suivi l'EUIPO en observant que les consommateurs choisiront d'abord leur vin sur la carte des vins, avant de passer commande oralement. C'est donc l'aspect visuel qui prime dès lors que les marques identifiant les boissons sont visibles lors de l'achat en libre-service ainsi que sur les menus des débits de boissons et restaurants[935]. La distinction entre « Litu » et « Pitu » sera alors faite par le consommateur. Encore une fois, on voit bien cette volonté du juge européen de laisser de la place aux marques.

Dans une autre affaire – celle de « Codorníu » - le TUE a annulé, le 18 septembre 2017, la décision de l'EUIPO qui affirmait qu'il n'y avait pas de risque de confusion entre la marque figurative « Anna de Codorniu », enregistrée pour les boissons alcoolisées (à l'exception des bières), dont le titulaire est la société espagnole Codorníu SA, et la marque européenne « Ana de Altún », que Bodegas Altún a demandé à enregistrer en classe 33 pour un vin blanc de la Rioja. En l'espèce, Codorníu SA a formé une opposition à l'encontre de la décision de la chambre de recours, qui, bien que cette dernière ait estimé que les produits concernés étaient identiques, a considéré que les signes en cause étaient faiblement similaires visuellement et phonétiquement, et clairement différents conceptuellement. Il n'y avait donc aucun risque de confusion. De surcroît, la chambre de recours a considéré que la différence conceptuelle contribue à compenser la similitude sur le plan phonétique, et en a donc déduit qu'il n'y avait pas de similitude entre la marque « Codorniu » et la marque de Bodegas Altun.

Notons un point important de l'approche du juge européen dans cette affaire : il relève le caractère spécifique des marques vitivinicoles « *en tant que signes verbaux complexes* »[936], en considérant que les consommateurs sont habitués à ce que les produits soient désignés par une marque comprenant plusieurs éléments verbaux,

[935] Pt 35.

[936] GEORGOPOULOS (Th.), « Les marques vitivinicoles à l'aune des spécificités du vin – Leçons de la jurisprudence européenne », art. cit., p. 53.

notamment dans le secteur des boissons alcooliques (vin et spiritueux)[937]. Il a par conséquent annulé la décision de l'EUIPO. Il n'en serait peut-être pas de même pour d'autres produits. Le consommateur de vin sait que « Ana de Altún » peut avoir une signification particulière, et qu'il ne peut être confondu avec « Maria de Altun » par exemple. « Ana de Altún » est en outre un ensemble qui permet de distinguer en tant que tel les produits ou d'autres catégories de produits.

En ce qui concerne les marques vitivinicoles, le caractère distinctif des produits semble également être recherché par rapport aux pratiques des consommateurs[938], ce qui permet de laisser davantage de marques subsister face à d'autres signes. Il convient toutefois de noter qu'il y a eu un revirement de jurisprudence le 20 avril 2018[939] . Le juge européen a nuancé ses propos notamment en ce qui concerne le secteur des boissons alcooliques. Il s'est en effet rendu compte qu'il était allé « trop vite » dans son raisonnement. Ainsi, à l'inverse de la jurisprudence T-187/16, ce dernier considère l'importance de la similitude phonétique dans le domaine des boissons alcooliques qui peut venir compenser des différences visuelles flagrantes compte tenu du fait que ces produits sont souvent commandés oralement[940]. La jurisprudence est donc encore hésitante dans ce domaine, ce qui laisse place à une situation pour le moins incertaine pour les marques vitivinicoles.

Section 2. Une articulation délicate

Il convient dans cette partie de s'interroger sur l'opportunité pour des opérateurs économiques de déposer une marque géographique collective composée en partie du nom de la dénomination en sus de l'AOP ou IGP[941]. Quels bénéfices

[937] TUE, 18 septembre 2017, *Codorníu SA c/ EUIPO*, aff. T-86/16 (ECLI:EU:T:2017:627), pt 44. Voir, en ce sens, TPICE, 18 décembre 2008, *Miguel Torres, SA c/ OHMI* aff. T-8/07 (ECLI:EU:T:2008:603), pts 52 et 53.

[938] Autre exemple : TUE, 12 juillet 2018, *Consejo Regulador del Cava c/ EUIPO*, aff. T-774/16 (ECLI:EU:T:2018:441). Dans cette affaire, le TUE a rejeté le recours du Consejo Regulador del Cava qui demandait l'annulation de la marque de l'Union européenne « Cave de Tain » pour du vin français, considérant qu'il y avait suffisamment de différences pour la distinguer de l'AOP espagnole « cava ».

[939] TUE, 20 avril 2018, *Dimitrios Mitrakos c/ EUIPO,* aff. T-15/17 (ECLI:EU:T:2018:198*) (« Yamas c/ Llama »).* Recherche tirée de GEORGOPOULOS (Th.), « Les marques vitivinicoles à l'aune des spécificités du vin – Leçons de la jurisprudence européenne », art. cit., p 53.

[940] TUE, 20 avril 2018, préc., pts 60 à 64.

[941] Les marques collectives viennent plutôt en cumul aux signes *sui generis* déjà protégés, et non l'inverse. SORGHO (Z.), *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne : Effectivité et analyse des effets sur le commerce*, préc.

peuvent-ils en tirer dans la pratique ? Comment doser l'usage de l'une par rapport à l'autre ? Alors que l'AOP/IGP et la marque semblent *a priori* s'opposer, les producteurs recourent de plus en plus souvent à la marque[942] en sus de l'AOP ou IGP, dans un souci de protection et de défense accrus de leurs productions et de leur savoir-faire traditionnel. La marque collective[943] peut, dans une certaine mesure, cohabiter avec les indications géographiques[944]. Les bénéficiaires d'une indication géographique enregistrée peuvent en effet cumuler les deux signes distinctifs – notamment par l'ajout d'éléments figuratifs dans la marque – afin d'accroître leur protection[945] (§1). Toutefois, au vu de l'évolution récente de la réglementation, le cumul de ces signes distinctifs ne semble peut-être plus aussi bénéfique juridiquement pour les producteurs usagers de l'indication géographique (§2). Les opérateurs économiques ont en effet tout intérêt à considérer l'ensemble de ces problématiques avant de s'engager dans des procédures onéreuses, qui n'ont finalement pour effet que d'étendre de façon dérisoire la protection déjà accordée par le droit des AOP et IGP.

§1. La validité d'une marque géographique collective en sus de l'AOP/IGP

En tant que signe distinctif, une marque peut être constituée d'un nom géographique[946][947], tant qu'elle ne porte pas atteinte à une AOP ou IGP[948] ou qu'elle

[942] L'utilisation de marques présente de réels enjeux économiques. Rien qu'en France, pas moins de 150 437 marques sont actuellement en vigueur dans le domaine du vin, soit 88 622 marques françaises et 61 815 marques de l'Union européenne, ce qui permet aux producteurs viticoles de fidéliser et développer leur clientèle au travers de leur savoir-faire. A noter qu'en plus, cette estimation ne prend pas en compte les dépôts internationaux désignant la France. Source : INPI – Base marques – extraction le 26/04/2020.

[943] Pour rappel, seule la marque collective peut être cumulable avec une indication géographique - une marque de certification ne pouvant pas faire référence à l'AOP ou IGP en question pour cause de doublon avec l'IG et son cahier des charges. Voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 1 - §1 – B – 2.

[944] Même si la marque appartient à un non usager de l'IG : art 14 §2 du règlement (CE) n°510/2006.

[945] Ainsi, un vigneron qui commercialise des produits sous l'AOC Champagne peut déposer le nom de son entreprise en tant que marque individuelle auprès de l'INPI et bénéficier d'une marque collective composée en partie par ladite AOC telle que « Champagne de Vignerons », dont le titulaire est le Syndicat Général des Vignerons. Un producteur de canard sous IGP « Canard à foie gras du Sud-Ouest » peut aussi apposer sur ses emballages à la fois l'IGP, sa marque individuelle et la marque collective déclinée par origine (Landes, Gers, Quercy, Périgord). En effet, les producteurs peuvent, s'ils le souhaitent, se fédérer autour d'une même bannière collective en sus de l'AO.

[946] Anciennement art. L 711-1 du CPI : étaient acceptées à titre de marque *« les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et* géographiques*, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ».* Nouvel article L 711-1 : la définition de la marque est désormais simplifiée : « *un signe servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales* ».

n'induit pas le consommateur en erreur quant à la provenance de ses produits[949]. Les deux signes distinctifs ne doivent en principe pas interférer l'un avec l'autre. Toutefois, si un opérateur qui commercialise des produits bénéficiant d'une AOP/IGP souhaite utiliser le nom géographique constituant l'IG en question, il pourra déposer une marque composée de ladite AOP/IGP, sous réserve d'y adjoindre un ou plusieurs éléments distinctifs. Il s'agit d'une marque dite « complexe »[950]. Aussi, cette marque - que l'on qualifiera de « marque géographique » pour simplifier puisqu'elle n'existe pas en tant que telle[951] – devra impérativement désigner des produits bénéficiant de ladite appellation et répondre aux conditions de validité et de disponibilité régies par la législation sur les marques en vigueur, sous peine de nullité (A). Outre la marque géographique, les producteurs peuvent aussi s'appuyer sur les marques territoriales qui permettent d'indiquer leur localisation dans une zone géographique (B).

---

[947] Une partie de la doctrine soutient par ailleurs que le nom géographique est inapte à former un signe distinctif. « *Les noms géographiques ont une fonction d'intérêt général qui leur est propre et dont la nécessité est évidente. Chacun a constamment besoin de les utiliser dans la partie civile comme dans la vie des affaires pour désigner un lieu, préciser la provenance d'un produit, indiquer tout simplement une adresse. En un mot, les noms géographiques sont indispensables dans la vie quotidienne, ils appartiennent au domaine public et l'on peut dès lors considérer qu'aucun individu n'est en droit de se les approprier en les faisant enregistrer comme marque* » : BONET (G.), « La marque constituée par un nom géographique en droit français », Rapport au Colloque organisé le 26 avril 1990 par l'ADIP II, JCP 1990, éd. Ent II n° 15931, cité par C. BUHL, *Le droit des noms géographiques*, préc.

[948] Art. L 711-2 du CPI *: «* Ne peuvent être valablement enregistrés et, s'ils sont enregistrés, sont susceptibles d'être déclaré nuls : (…) 9° *Une marque exclue de l'enregistrement en vertu de la législation nationale, du droit de l'Union européenne ou d'accords internationaux auxquels la France ou l'Union sont parties, qui prévoient la protection des appellations d'origine et des indications géographiques, des mentions traditionnelles pour les vins et des spécialités traditionnelles garanties* ». En ce qui concerne les motifs relatifs de refus, pour les indications géographiques l'article L. 711-3 dispose que *« Ne peut être valablement enregistrée et, si elle est enregistrée, est susceptible d'être déclarée nulle une marque portant atteinte à des droits antérieurs ayant effet en France, notamment : (…) 5 Une indication géographique enregistrée mentionnée à l'article L. 722-1 ou une demande d'indication géographique sous réserve de l'homologation de son cahier des charges et de son enregistrement ultérieur ».*

[949] Art. L 711-2 8° du CPI. Les marques « Vin des Gravillons » (Cass. Com., 21 novembre 1957) et « Vieux Papes » (CA Aix-en-Provence, 2 juin 1961) ont été jugées valables en l'absence de tout risque de confusion avec une appellation. Toutefois, la jurisprudence va depuis dans le sens d'une protection renforcée des appellations (ex avec l'AOC « Champagne »).

[950] Cass. Com., 8 mai 1973, n° 71-13.636 : Bulletin des arrêts Cour de Cassation Chambre commerciale N. 168 P. 147.

[951] Elle n'est pas dans la nomenclature, contrairement aux autres marques individuelles, collectives, de certification. Seule la doctrine la qualifie comme telle : BONET (G.), « La marque constitué d'un nom géographique en droit français », La Semaine Juridique Entreprise et Affaires n° 50, 13 Décembre 1990, 15931.

A. La fragilité de la marque géographique au regard des exigences de validité

Que ce soit sur le plan interne ou européen, la coexistence d'une appellation d'origine et d'une marque est source de nombre de conflits. La protection offerte aux produits bénéficiant d'une AOP ou IGP – toute catégorie de produits confondue - prohibe en principe tout enregistrement par un opérateur d'une dénomination évoquant une AOP ou une IGP à titre de marque, dès lors que ses produits n'y ont pas le droit. Il ne peut utiliser ni le sigle, ni enregistrer un terme pouvant créer un risque de confusion entre sa marque et la dénomination protégée – étant entendu que l' « évocation » peut être constatée, en l'absence même de tout risque de confusion[952]. Le nom géographique ne doit pas être réservé[953] et protégé par une indication enregistrée pour constituer une marque valable. Toutefois, si la production visée par la marque répond aux conditions fixées par le cahier des charges de l'indication en question, rien n'interdit au producteur d'inclure valablement ce nom dans sa marque, à condition d'y ajouter un ou plusieurs éléments originaux et distinctifs. Ainsi, seule une marque géographique complexe peut être enregistrée. Une marque exclusivement composée du nom de la zone protégée par l'indication géographique enregistrée est prohibée par la réglementation tant nationale qu'européenne. En raison de son caractère descriptif, une marque géographique « simple » ne peut en effet faire l'objet d'un enregistrement, ni d'un usage, sous peine d'être frappée de nullité[954]. Le nom géographique enregistré ne peut en outre pas être déposé seul à titre de marque, étant insusceptible d'appropriation, en raison de sa nature juridique particulière. Pour rappel, l'AOP ou IGP est un signe distinctif collectif dont l'usage appartient à tous les producteurs d'une aire géographique considérée et qui garantit une certaine qualité liée à cette origine géographique. Le dépôt à titre de marque du nom géographique ne peut donc pas permettre à son titulaire de le monopoliser au bénéfice de sa seule production, que ce soit pour des produits ayant droit à l'appellation[955] que pour des produits différents[956]. Tous les

[952] CJCE, 4 mars 1999, *Gorgonzola,* préc., pt 26. Voir aussi Partie 2 – Chapitre 2 – Section 1 - §1 – A.

[953]Les noms réservés sont de deux sortes : d'une part, les appellations d'origine, et, d'autre part, les indications de provenance. BONET (G.), « La marque constituée par un nom géographique en droit français », art. cit.

[954] Art. L 711-2 3° du CPI.

[955] Cass. Com., 1er décembre 1987, n° 86-11.328, « *Romanée-Conti* », JCP 1988, II, 21081, note E. AGOSTINI : la Cour de cassation avait confirmé l'annulation des marques « *Romanée-Conti* » et « *Domaine de la Romanée-Conti* » compte tenu de l'existence d'une appellation d'origine contrôlée (peu important la validité antérieure

ayants droits situés dans l'aire géographique déterminée doivent pouvoir se prévaloir de l'appellation d'origine en question dès lors qu'ils remplissent toutes les conditions requises pour en bénéficier. Ainsi, bien que concurrent, chaque producteur commercialisant des produits couverts par l'AOP ou IGP peut adopter le nom géographique composée en partie d'une appellation d'origine à titre de marque, sous réserve de lui donner une forme distinctive, notamment par l'adjonction d'un élément arbitraire distinct, afin d'écarter tout risque de confusion lors de l'achat par le consommateur. Seul cet élément sera protégé.

Pour être enregistrée, une marque - quelle que soit sa forme - doit respecter les conditions de licéité de la marque, et notamment la distinctivité et l'absence de déceptivité. Le signe doit être distinctif (et non descriptif), c'est-à-dire que la marque ne peut pas consister en une simple description du produit. Elle ne doit pas être identique à l'indication géographique retenue et doit être complétée par d'autres éléments arbitraires distinctifs - verbaux ou figuratifs (logo/dessin) - lui conférant ainsi un caractère distinctif[957]. Un nom patronymique peut aussi suffire à désigner un élément distinctif. Cette règle est valable même si les produits pour lesquels la marque est demandée sont limités aux produits couverts par ladite dénomination.
Le signe proposé à l'enregistrement ne doit pas être déceptif, c'est-à-dire qu'il ne doit pas être susceptible de tromper les consommateurs sur la nature, la qualité ou l'origine géographique du produit ou du service concerné[958]. Ainsi, la marque complexe doit être enregistrée et exploitée exclusivement pour des produits protégés par l'IG, sous peine d'être considérée comme trompeuse. Enfin, le signe doit être conforme à l'ordre public et aux bonnes mœurs[959]. La réunion de ces conditions permet de garantir que l'utilisation des marques ne vienne pas interférer avec les fonctions de la dénomination géographique qui, rappelons-le, est d'indiquer l'origine géographique des produits ainsi que la qualité qui y est attachée. Cette combinaison

---

de ces dernières) et alors même qu'une seule personne pouvait en bénéficier. Voir POLLAUD-DULIAN (F.), *Droit de la propriété industrielle*, Domat Droit privé, Montchrestien, 1999, n°1559 ; BOUVEL (A.)*, Principe de spécialité et signes distinctifs*, *op. cit.*

[956] BUHL (C.), *Le droit des noms géographiques*, préc, pp. 249-264 et 287.

[957] CA Bordeaux, 9 juin 2008, n° 07/03066 : concernant un litige entre les marques « Château Cheval Blanc » et « Cheval Blanc Signé ».

[958] CA Bordeaux, 24 novembre 2008, n° 08/02259 : à propos de la marque « Château Marcillac » pour désigner des vins d'appellation d'origine contrôlée provenant de l'exploitation nommée « Château Marcillac » alors que la marque ne désignait pas des vins ayant droit à cette appellation d'origine.

[959] Art. 7 §1 f) du RMUE ; art. L 711-2 7° du CPI. Voir POLLAUD-DULIAN (F.), « L'ordre public, la dignité humaine et les bonnes mœurs dans le droit de la propriété intellectuelle », *LEGICOM*, vol. 53, n° 2, 2014, pp. 45-55.

à des éléments distinctifs peut toutefois permettre la protection des noms géographiques par le système de marques dans certains pays[960].

En tout état de cause, une fois les exigences satisfaites, la marque géographique peut être enregistrée. Ainsi, une marque comprenant le nom géographique « Champagne » associé à un élément arbitraire pourra être enregistrée uniquement en relation avec des vins bénéficiant de l'AOC Champagne. A titre d'illustration, les marques « Gold collection champagne » et « Nadezhda champagne » ont été jugées valables[961] puisque ce sont des marques complexes et distinctives, déposées pour des vins de Champagne. Autre exemple : la marque « Châteauneuf-du-Pape » inscrit en caractères gothiques en relief accompagnés des armes pontificales a aussi été jugée valable[962], alors que la marque « Cru du Fort Médoc » sous laquelle était commercialisé un vin d'appellation « Bordeaux supérieur » n'ayant pas droit à l'appellation « Médoc » a été annulée[963]. La combinaison d'éléments distinctifs utilisée pour la marque « Châteauneuf-du-Pape » permet ainsi au consommateur d'associer la marque aux vins des membres du syndicat des propriétaires viticulteurs de Châteauneuf-du-Pape. La vigilance est donc de mise lorsqu'il s'agit de déposer une marque composée d'un terme géographique, les mécanismes entourant les AOP/IGP étant complexes et bien réglementés.

B. L'enregistrement d'une marque territoriale

De nombreuses collectivités territoriales protègent le nom de leur territoire[964] pour en faire une sorte de marque ombrelle, voire un étendard pour les producteurs locaux. Ces initiatives de dépôt permettent de promouvoir l'ensemble du territoire

[960] A titre d'illustration, l'AOP Roquefort (n°0571798) ou encore l'AOP Morbier (n°4976195) ont été enregistrées en tant que marque de certification aux États-Unis. VANDECANDELAERE (E.), ARFINI (F.), BELLETTI (G.), MARESCOTTI (A.) (eds.), *Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité. Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables,* 2009, 194 p. Disponible en ligne : http://www.fao.org/docrep/013/i1760f/i1760f00.htm

[961] CA Paris, 25 avril 2007, préc.

[962] La Cour de cassation a admis la validité d'une marque incorporant le nom d'une AOC puisque cette dernière est intégrée à d'autres éléments distinctifs constituant ainsi une marque complexe valable. (Cass. Com, 21 septembre 2004, *Syndicat intercommunal de défense viticole et de l'AOC Châteauneuf du pape,* n°02-15435).

[963] Cass. Com., 9 novembre 1981, n° 80-12.943 : JCP 1982, II, 19797, note G. BONET, p. 266. Autres exemples : Vieux Cahors, Ritzlinger en raison de l'AOC Riesling. Autre exemple d'annulation d'une marque complexe comprenant une AOC : Cass. Com., 24 mars 1992, n° 89-20.178 pour la marque « Château de la Roche aux Moines ».

[964] Près de 3 000 noms de marques ont été déposés par les collectivités territoriales en l'espace de dix ans, selon l'INPI. ALBERTINI (T.), BERENI (D.), LUISI (G.), « Une approche comparative des pratiques managériales de la Marque Territoriale Régionale », *Gestion et management public*, 2017/2 (Vol. 5 / n° 4), pp. 41-60.

sous une bannière commune, alors que l'appellation d'origine n'existe que pour des produits d'un terroir donné. L'objectif est de faire de la transversalité, soit de faire la promotion du territoire sur plusieurs segments de marché (économie, tourisme, etc.). C'est une logique davantage politique et commerciale, qui ne s'appuie pas nécessairement sur un niveau de qualité, contrairement à l'appellation d'origine. Mais comment une marque territoriale interagit-elle avec une AOP ou IGP ? Le cahier des charges d'une AOP ou IGP peut-il renvoyer à un document extérieur ?

La marque territoriale est une notion *ad hoc* et *sui generis*, qui a pour fonction de donner une indication de l'origine. Il n'existe à ce jour aucune définition légale. Comment alors formaliser ces dépôts ? La question est légitime étant donné qu'elle renvoie à plusieurs réalités juridiques potentielles. En tant que personnes morales de droit public exerçant sur leur territoire des compétences qui leur sont octroyées par l'Etat, les collectivités territoriales bénéficient d'un statut particulier, dont le législateur a tenu compte en prévoyant des fondements spécifiques au sein du Code de la propriété intellectuelle. Depuis 1991, les collectivités territoriales ont la possibilité de faire opposition à des dépôts de marques en cas d'atteinte au nom, à l'image ou à leur réputation[965]. Ces fondements comportent toutefois des limites, incitant par là-même les collectivités à recourir à d'autres outils juridiques, tel que le dépôt d'une marque pour protéger leurs produits ou simplement leur nom. A l'instar de l'AOP et IGP, le nom de la collectivité territoriale bénéficie d'une protection spécifique et ne peut faire l'objet d'une appropriation privée par le biais d'une marque[966].
La marque territoriale peut *a priori* revêtir différentes formes. Il peut être question d'une marque individuelle avec un système de licence très ouvert, mais il s'agit plus souvent d'une marque de nature collective. Ainsi, des marques telles que « Goûtez l'Ardèche », « Pays Basque » ou « Sud de France » en Languedoc Roussillon, ont émergé à côté des appellations d'origine[967], avec pour chacune d'elles un règlement

[965] Dir. 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JOCE n° L 40 du 11.2.1989, p. 1-7) transposée par la loi n° 91-7 du 4 janvier 1991 relative aux marques de fabrique, de commerce ou de service (JORF n°5 du 6 janvier 1991). Il n'existe pas de règle équivalente dans les législations des autres Etats membres. DERNONCOURT (C.), « Marques et collectivités territoriales : enregistrement et protection contre les usurpations en droit européen et en droit français, *Propriété industrielle*, n° 7-8, Juillet 2014, étude 18.
[966] LE BLAYE (A.), « Noms géographiques et marques », LEGICOM 2010/1 (N° 44), pp. 67-77.
[967] « Costa Rica Pura Vida », « Malaysia Truly Asia », « South Africa alive with possibilities », « Iamsterdam », « Be Berlin » : exemples de marques territoriales étrangères tirées de VUIGNIER (R.), « La marque territoriale : fonctions et enjeux de cet outil marketing », *Bulletin CEDIDAC*, 2016, pp. 1-13.

d'usage à respecter et des modalités propres à leur fonctionnement. Il ne semble pas exister de véritable cadre comme il peut en exister pour le cahier des charges d'une AOP ou IGP. Celui de la marque territoriale semble en effet plus permissif et repose principalement sur les règles liées à la tromperie du consommateur et non sur une volonté de protéger un savoir-faire existant. L'AOP impose de définir une aire géographique, un rattachement au terroir, des méthodes, etc, à la différence de la marque territoriale qui semble n'être qu'un faire-valoir.

Alors qu'on pourrait être tenté de croire que les producteurs de foie gras implantés dans la région Sud-Ouest, n'ayant pas souhaité commercialiser sous l'IGP, puissent apposer la mention « Sud-Ouest » sur leur emballage, par le biais de la marque régionale, sans avoir à respecter le cahier des charges de l'IGP en question, la réalité est tout autre. Une charte de bonnes pratiques a en effet été signée entre l'INAO et le titulaire de la marque régionale afin de limiter les risques de confusion dans l'esprit du consommateur et de protéger les productions patrimoniales de terroir. Cette charte a par ailleurs été intégrée au cahier des charges de l'IGP, suite à une demande de modification déposée auprès de la Commission européenne en 2015[968]. Le cahier des charges de l'IGP en question y fait depuis référence en indiquant que « *les éléments collectifs d'étiquetage selon la charte collective en vigueur établie par le groupement et mise à disposition de tous les opérateurs (…) »*[969]. Depuis, l'INAO, qui est en charge de faire respecter la réglementation pour les produits sous signe officiel, veille à ce que les règles de ladite charte soient bien respectées. Toutefois, la situation est différente en ce qui concerne le domaine vitivinicole. En 2018, l'Institut a en effet adressé un courrier au titulaire de la marque « Sud de France » en Languedoc Roussillon pour avoir mentionné la marque sur les étiquettes de bouteilles de vin. La réglementation est claire à ce sujet : l'utilisation d'une unité géographique plus grande peut figurer sur une étiquette à condition qu'elle ait été prévue dans le cahier des charges de l'IG considérée. C'est une particularité du secteur vitivinicole[970]. En l'espèce, l'étiquetage était non conforme et devait être modifié sous peine de sanctions. Finalement, on se retrouve

[968] JO C 11 du 15.1.2015, p. 18–29.

[969] Cahier des charges disponible en ligne : file:///C:/Users/aurel/AppData/Local/Temp/CDC%20IGP%20Canard%20%C3%A0%20foie%20gras%20du%20Sud-Ouest%20(-)%20pubBO-2.pdf

[970] Voir Partie 1 – Chapitre 2 – Section 2 - §1 – A.

dans les mêmes difficultés d'appropriation du nom géographique. Toutefois, une question se pose : à l'instar des produits agricoles et denrées alimentaires, est-il possible d'intégrer le nom de la marque « Sud de France » dans le cahier des charges de toutes les AOP et IGP vitivinicoles concernées ? *A priori*, c'est ce qu'ont fait toutes les appellations en Côtes du Rhône pour l'utilisation de l'unité géographique plus grande « Vignobles de la Vallée du Rhône ». Cette mention géographique peut en effet figurer sur l'étiquetage à condition de respecter les termes de la convention signée entre les différents ODG concernés. Cette convention n'est pas annexée et est modifiée environ tous les 4-5 ans. Elle prévoit diverses modalités, telles que les règles de taille de caractères pour l'utilisation de l'unité géographique plus grande que l'AOP, etc. En tout état de cause, cet exemple démontre que le cahier des charges tend surtout à rendre obligatoire les éléments extrinsèques. Par conséquent, est-il possible de maintenir des références à des documents extérieurs tels que le règlement d'usage d'une marque au sein d'un cahier des charges pour un produit vitivinicole ? La question mérite d'être soulevée car cette convention accompagne la mise en avant d'une mention géographique (ici « Sud de France »). A date, aucune modification des cahiers des charges des appellations en Côtes du Rhône ne semble en tout cas avoir été faite en ce sens. Le secteur vitivinicole semble encore une fois préserver ses spécificités[971].

§2. La portée de la marque géographique collective

L'AOP/IGP et la marque collective peuvent constituer des outils juridiques complémentaires pour les titulaires de marque qui souhaitaient protéger une dénomination identifiant un produit ou service comme provenant d'une aire géographique déterminée, mais ne peuvent en aucun cas être substituables dans la mesure où ils poursuivent des objectifs différents[972]. Alors qu'une marque ordinaire

[971] Extrait du cahier des charges de l'AOC Muscadet sur Lie qui recommandait l'utilisation d'une bouteille spécifique en faisant référence à la marque déposée : « *e) La bouteille de type Muscadet sur lie, portant en relief une vague et la mention sur lie, propriété du conseil interprofessionnel des vins de Nantes, déposée le 29 janvier 1996, ne peut être utilisée que pour les vins de l'appellation d'origine contrôlée bénéficiant de la mention sur lie* ». Ce cahier des charges a été abrogé. Le nouveau cahier des charges ne fait pas référence à ladite marque. Décret n° 2008-1140 du 3 novembre 2008 relatif aux appellations d'origine contrôlées « Bordeaux », « Muscadet », « Muscadet Coteaux de la Loire », « Muscadet Côtes de Grandlieu » et « Muscadet Sèvre et Maine », abrogé par Décret n°2011-1533 du 14 novembre 2011.

[972] CJUE, 20 septembre 2017, *The Tea Board c/ EUIPO*, aff. C-673/15 à C-676/15 (ECLI:EU:C:2017:702) : lorsqu'il s'est prononcé sur la portée de la marque collective de l'Union européenne et son articulation avec une IGP

confère au titulaire un monopole absolu sur le signe, une marque géographique collective a une portée plus limitée étant donné que son titulaire ne saurait interdire à un tiers d'utiliser dans le commerce les signes ou indications géographiques en l'incluant dans une autre marque complexe qui lui soit propre, dès lors que ses produits répondent bien à la dénomination en cause (A). Toutefois, une marque géographique collective peut s'avérer être utile comme support de communication d'informations supplémentaires sur d'autres aspects des attributs de qualité des produits couverts par l'AOP ou IGP (B).

A. L'étendue de la protection juridique de la marque géographique collective

Les AO n'ont pas pleine puissance, si bien qu'un cumul de ces deux signes distinctifs permet aux titulaires de la marque géographique de choisir sur quelle base juridique ils entendent agir en cas de conflit, à savoir : l'AOP / IGP ou la marque. En effet, alors que la protection des produits sous AOP ou IGP apparaît particulièrement satisfaisante sur le territoire européen, la protection semble bien plus complexe au delà des frontières (1). Toutefois, les critères de protection n'étant pas identiques pour les deux régimes, la marque est un outil à manipuler avec précaution, car il peut s'avérer contre-productif de cumuler ces deux types de protection. En effet, une marque même établie depuis plusieurs années peut par exemple venir à disparaître à la suite d'un mauvais choix de défense juridique de la part du titulaire (2).

1. Une protection nécessaire au-delà des frontières

Bien que les AOP et IGP bénéficient d'une protection systématique et étendue sur l'ensemble du territoire européen, il n'en est pas de même dans les pays tiers, où la mise en œuvre de la protection reste insuffisante[973], voire inexistante.
Le concept juridique d'indication géographique est reconnu au niveau international. De nombreux instruments internationaux traitent en partie ou exclusivement de la protection de ces signes distinctifs. Il est donc possible d'invoquer – sans entrer dans

dans le cadre de litiges opposant l'entité publique indienne en charge de la défense du thé, the Tea Board of India, et la société Delta Lingerie.

[973] GEORGOPOULOS (Th.), « L'export du vin », *Revue de droit rural,* n° 419, Janvier 2014, dossier 5.

les détails - certains traités administrés par l'OMPI (Convention d'Union de Paris, l'Arrangement de Madrid, l'Arrangement de Lisbonne), l'Accord sur les ADPIC qui traitent de la protection internationale des indications géographiques dans le cadre de l'OMC, sans oublier les conventions catégorielles concernant certains produits. Ainsi, outre l'existence d'accords bilatéraux et multilatéraux signés entre différents Etats et l'Union européenne, les conventions internationales œuvrent également pour la protection juridique des appellations d'origine à l'étranger. Ces différentes protections offertes demeurent toutefois pour le moins inégales[974]. En outre, l'absence de certains grands pays producteurs de vins parmi les signataires limite leurs effets dans la pratique. En effet, l'application effective de ces textes mis en place au niveau international et la reconnaissance des droits qu'ils consacrent souffrent de certaines difficultés pratiques qui tiennent à une divergence d'idéologie quant aux produits du terroir. Par conséquent, les pays non-signataires de l'Accord sur les ADPIC peuvent s'abstenir de mettre en place des moyens juridiques légaux pour empêcher les utilisations frauduleuse d'IG visant à tromper le consommateur sur la véritable provenance géographique[975]. Sachant que tous les pays producteurs et consommateurs de vins se voient doter d'une législation spécifique relative aux marques – ce qui n'est pas le cas de l'AOP et IGP – la cohabitation AOP-IGP / marque peut se révéler bénéfique pour les producteurs européens. La marque devient un outil adéquat et efficace notamment dans ce contexte international de plus en plus concurrentiel. Le recours à la marque permet en effet à son titulaire de mettre en œuvre une action en contrefaçon pour atteinte à la marque bien plus aisément qu'une action en usurpation d'une AOP ou IGP, surtout dans un pays qui ne reconnaît pas ces derniers. Ainsi, l'enregistrement d'une marque sur les territoires régis par l'Arrangement de Madrid ou le Protocole relatif à cet arrangement permettent d'étendre la protection de la marque à d'autres membres de l'Union de Madrid, à savoir – sans que cette liste soit exhaustive - presque tous les pays de l'UE, la plupart des pays d'Europe de l'Est, les Etats-Unis, l'Australie, le Japon, la Russie, la Chine, ainsi que l'UE en tant qu'organisation intergouvernementale[976]. Ce système de Madrid est en outre une solution de protection peu coûteuse pour les

[974] BILLIOQUE (O.), « La protection internationale des indications géographiques et appellations du vin, élément essentiel à la survie des terroirs nationaux dans le commerce international », *Journal de l'arbitrage de l'Université de Versailles,* n° 1, Octobre 2013, 4.

[975] A date, seuls 164 pays ont adhéré à l'Accord sur les ADPIC. Source : www.wto.org

[976] Total des parties contractantes : 122 (Source : www.wipo.int - extraction le 27 avril 2020).

producteurs européens[977], grâce à une procédure simplifiée avec un système centralisé de gestion de la marque et un délai relativement court - même s'il est parfois nécessaire de renforcer cette protection par des enregistrements nationaux sur certains marchés.

La contrefaçon et autres utilisations abusives des AOP et IGP à l'étranger sont des pratiques de plus en plus répandue[978] si bien que la marque collective peut leur conférer une protection supplémentaire par le biais des droits de propriété intellectuelle. Le dépôt d'une marque dans un ou plusieurs pays situés hors de l'Union européenne peut ainsi s'avérer être utile selon les réseaux de distribution mis en place à l'export. Il convient toutefois de noter que de nombreux pays deviennent davantage soucieux de respecter les droits de la propriété intellectuelle. Par exemple, la Chine s'est récemment dotée de trois systèmes parallèles de protection[979] des indications géographiques. D'ailleurs, après huit années de négociations, un accord bilatéral avec l'Union européenne vient d'être signé[980]. Ce dernier vise à protéger cent IG européennes sur le marché chinois et, réciproquement, cent IG chinoises sur le marché européen.

Outre les frontières géographiques, la protection par la marque peut aussi se révéler bénéfique pour les producteurs d'AOP/IGP au regard des frontières virtuelles, et particulièrement en cas de « cybersquat » de noms de domaine. Le terme « cybersquat » est défini comme la pratique consistant à accaparer, en le déposant, un nom de domaine reprenant ou évoquant une marque, un nom commercial, un patronyme ou toute autre dénomination, afin de tirer un profit matériel ou moral de sa

[977] Bon nombre de marques collectives ont d'ailleurs été enregistrées dans cet objectif de protection des AOP ou IGP. Exemples de marques détenues par les mêmes organismes de défense et de gestion des signes *sui generis* concernés : « Bayerisches Bier », « Turrón de Alicante », « Parmigiono Reggiano », « Prosciutto di Parma », « Spreewälder gurken » : LE GOFFIC (C.), *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, Etats-Unis*, *op. cit.* , pt 382.

[978] EUIPO, *Report on* Infringement *of* Protected Geographical Indications *for* Wine*,* Spirits*,* Agricultural Products *and* Foodstuffs *in the* European Union*, Avril 2016, 40 p.* Disponible en ligne *:* https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/Geographical_indications_report/geographical_indications_report_en.pdf.

[979] SONG (X.), « La protection cumulative des indications géographiques par le droit sui generis et par le droit des marques en Chine », art. cit.

[980] « Indications géographiques européennes : accord historique UE/Chine », *Europe n° 10*, Octobre 2020, alerte 60. Communiqué Commission UE, IP/20/1602, 14 septembre 2020. Disponible en ligne sur : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_20_1602

notoriété présente ou à venir[981]. Un nom de domaine correspond à une adresse numérique « *constituée d'un préfixe (http://www), d'un radical du choix du déposant (légipresse, légicom), puis d'une extension générique (.com, .net, .org) ou nationale (.fr, .uk...)* »[982]. L'enregistrement de noms de domaine utilisant un nom d'AOP/IGP par des tiers autres que les représentants des producteurs concernés peut constituer un risque de confusion pour le consommateur, voire de parasitisme, et l'utilisation abusive d'un nom d'AOP/IGP dans un nom de domaine n'est pas couverte par la protection des AOP et IGP. A titre d'illustration, en 2011, une affaire a opposé le CIVC contre Steven Vickers, qui avait réservé le nom de domaine <champagne.co>. L'expert du panel du Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI a rejeté la plainte du CIVC et a autorisé l'utilisation du nom de domaine[983], au motif que le CIVC n'a fourni aucune preuve d'une marque enregistrée sous le terme « Champagne » et qu'il n'a pas non plus réussi à démontrer que ses droits sur l'AOP constituaient une marque non enregistrée[984]. En effet, selon l'article 4 a) i) de la procédure de règlement de conflits liés aux noms de domaine connue sous le nom « UDRP » *(Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy)* cité en l'espèce, le demandeur a la charge d'apporter la preuve que le nom de domaine enregistré par le détenteur est identique ou semblable à la marque sur laquelle il a des droits, au point de prêter à confusion. Le régime mis en place par l'OMPI ne protège que les marques et un demandeur qui n'aurait pas enregistré de marque en lien avec une AOP ou IGP devra nécessairement « *recourir à une procédure judiciaire par la voie d'une action en concurrence déloyale, une action pour parasitisme ou encore une action pour pratique commerciale trompeuse* » pour cesser l'utilisation frauduleuse[985]. Il en ressort alors que le régime juridique des AOP/IGP ne semble pas pleinement adapté et préparé, pour ce qu'on appelle le « cybersquat », ce qui n'est pas sans conséquence vu l'explosion du e-commerce. Le cumul AOP-IGP / marque permettrait

[981] Définition : Commission générale de terminologie et de néologie, avis du 17 avril 2008 (JORF du 17-04-2008). Le « cybersquat » consiste par exemple à déposer des noms en très grand nombre dans l'espoir de revendre certains d'entre eux, ou des variantes orthographiques d'une même dénomination : on parlera dans ce cas de « typosquat » (en anglais : typosquatting).

[982] ADER (B.), « Le nom de domaine dans le paysage juridique français », *LEGICOM*, vol. 21-22, no. 1, 2000, pp. 37-44.

[983] Litige OMPI n° DCO2011-0026, CIVC c/ Steven Vickers.

[984] Voir GEORGOPOULOS (Th.), « Champagne.co : les limites de la protection d'une AOC », *Revue de droit rural*, n° 401, Mars 2012, comm. 28.

[985] Source : https://www.village-justice.com/articles/Comment-defendre-protection-des-indications-geographiques-lors-attribution-des,23857.html

ainsi d'éviter de voir des noms de domaine correspondre à des noms d'AOP/IGP et de lutter contre toutes formes de pratiques abusives.

2. Une protection juridique contre-productive

Comme cela a été évoqué précédemment, la protection exclusive des noms géographiques, que ce soit en tant qu'IG ou marques, limite les possibilités pour des tiers d'utiliser le terme géographique. C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles l'enregistrement de termes géographiques en tant qu'AOP ou IGP nécessite des structures de contrôle et de surveillance appropriées afin de s'assurer que tous ceux qui sont autorisés à utiliser le terme géographique respectent bien le cahier des charges établi pour la dénomination en cause. A l'instar des marques, les AOP et IGP constituent un monopole d'utilisation d'un nom géographique « *en lien avec un produit particulier, qui permet de garantir aux opérateurs économiques leur investissement sur la production concernée et de rétribuer les surcoûts liés aux conditions de production* »[986]. Or, un tel monopole est nécessairement relatif à l'égard d'une marque collective dont l'essence même est l'exploitation commune. L'enregistrement des termes géographiques est en effet limité de manière à garantir la liberté de fonctionnement de ceux qui peuvent légitimement utiliser le terme. Le titulaire d'une marque géographique ne peut alors empêcher l'utilisation du terme par un tiers, habilité à utiliser la dénomination géographique enregistrée, dans la marque de ses produits. A titre d'illustration, le titulaire d'une marque collective « Côtes de Provence » ne peut pas empêcher un producteur de vin rosé sous appellation d'utiliser le nom géographique « Provence », même si ce dernier n'est pas affilié à ladite marque. Il convient de rappeler que cette situation est bloquée d'office en ce qui concerne les AOP et IGP, puisque la protection est extrêmement extensible contre les usurpations, imitations, évocations, et même en traduction[987]. Par ailleurs, il n'est pas rare en France de voir des producteurs commercialisant des volailles utiliser la mention « Volaille » comme dénomination de vente et indiquer la ville de « Bresse » comme nom de commune sur leur étiquetage, alors qu'ils ne respectent

[986] FRANJUS-GUIGUES (D.), *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, préc.

[987] Sur la question des sanctions des fraudes et des usurpations, voir MARIE-VIVIEN (D.), *Le droit des indications géographiques en Inde : un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international, op. cit.,* pt 358 et s.

pas le cahier des charges de l'AOP « Volaille de Bresse ». Ces derniers estimaient respecter le droit de l'Union européenne qui impose d'indiquer le nom du producteur et son adresse sur l'étiquette. Il va de soi que les autorités françaises, la DGCCFR, sont intervenues pour faire cesser cette non-conformité. Une AOP ou IGP garantit ainsi une protection plus étendue par rapport à la marque géographique collective.

En outre, une stratégie juridique de marque adossée à un système d'appellation peut s'avérer contre-productive, voire dommageable, pour les producteurs européens. L'exemple de CAVAVINS illustre particulièrement bien ce propos. Le 27 août 2012, la société GECI CAVAVIN a présenté une demande en nullité à l'encontre de la marque communautaire figurative « CONSEJO REGULADOR CAVA » du Consejo Regulador del Cava, l'organisme en charge de la défense et de la promotion du Cava. La demande se fondait sur la marque française « CAVAVIN », l'enregistrement de la marque internationale « CAVAVIN », le nom commercial « GECI CAVAVIN » ainsi que le nom de domaine « cavavin.fr ». La société avait invoqué l'article 53, paragraphe1, du RMC[988], contre les produits et services relevant des classes 33 et 35 protégés par la marque communautaire contestée. Le Consejo Regulador del Cava s'est opposé à cette action, alléguant en substance, d'une part, que le demandeur avait toléré l'utilisation de la marque communautaire contestée en France et dans les pays du Benelux pendant cinq années consécutives et, d'autre part, que le risque de confusion était absent entre les enregistrements antérieurs de la marque « CAVAVIN » et de la marque communautaire contestée. Dans sa décision du 24 octobre 2013, la division d'annulation de l'EUIPO a déclaré la nullité de la marque communautaire pour les produits et services contestés et a condamné le Consejo Regulator Del Cava aux dépens. Elle a fondé sa décision sur l'enregistrement antérieur de la marque française « CAVAVIN », et sur l'enregistrement de la marque international « CAVAVIN », en tant que signe distinctif. Le nom commercial « GECI CAVAVIN » et

[988] Art. 53 §1 : « *La marque communautaire est déclarée nulle sur demande présentée auprès de l'Office ou sur demande reconventionnelle dans une action en contrefaçon:*
a) lorsqu'il existe une marque antérieure visée à l'article 8, paragraphe 2, et que les conditions énoncées au paragraphe 1 ou au paragraphe 5 dudit article sont remplies;
b) lorsqu'il existe une marque visée à l'article 8, paragraphe 3, et que les conditions énoncées audit paragraphe sont remplies;
c) lorsqu'il existe un droit antérieur visé à l'article 8, paragraphe 4, et que les conditions énoncées audit paragraphe sont remplies. »

le nom de domaine « cavavin.fr » n'ont pas été pris en considération pour annuler la marque communautaire contestée. Seules les marques antérieures étaient pertinentes en l'espèce. Le 17 décembre 2013, le Consejo a formé un recours contre la décision prise par la division d'annulation. Le 21 mai 2015, les parties en l'espèce ont finalement informé l'Office de la conclusion d'un accord de coexistence des marques et lui ont demandé d'une part, de mettre fin à la procédure d'annulation, et d'autre part, de maintenir la marque communautaire contestée. C'est ainsi que la première chambre de recours de l'EUIPO[989] a décidé de suspendre le recours, laissant la marque communautaire du Consejo Regulador del Cava subsister. Finalement, l'existence de l'AOP importe peu, puisque cette dernière est postérieure à l'enregistrement de la marque française. Les marques en question étaient en outre bien exploitées par la société GECI CAVAVIN. Dans le RMC, il est indiqué que la marque est incessible et que lorsqu'elle est nulle, elle ne survit pas à sa nullité. En d'autres termes, cela signifie qu'à partir du moment où elle est nulle, la marque devient indisponible. Si la marque communautaire du Consejo Regulator del Cava vient à être annulée, le signe devient alors indisponible ; il ne survit pas à sa nullité. Cette affaire est particulièrement intéressante dans le sens où le titulaire d'une simple marque française se retrouve avec un moyen de pression sur les viticulteurs qui produisent sous l'AOP Cava enregistrée depuis le 13 juin 1986. Rappelons ici que le signe CAVA figure sur toutes les bouteilles produites dans cette région. Donc, si la marque est annulée, les producteurs espagnols devront retirer ce signe de l'habillage de leurs produits. C'est la raison pour laquelle les négociations ont débuté. Les parties ont fini par abandonner leurs actions respectives et conclure un accord de coexistence. Même si cela peut sembler invraisemblable, la marque collective européenne s'est finalement avérée être une faiblesse pour son titulaire. Cela amène à remettre en question le statut juridique de la marque collective et de ses conséquences, et amène par conséquent à nous interroger sur l'intérêt de compléter une AOP ou IGP par une marque collective.

La protection assurée par une marque, y compris par une marque géographique, est de manière générale une protection moindre par rapport à celle accordée par les AOP ou IGP. En outre, nous avons récemment observé un

[989] EUIPO, 1e ch. rec., 8 juin 2015, n°R 2558/2013-1.

durcissement des conditions d'obtention de la marque avec un élargissement des motifs de refus et de nullité à l'enregistrement. Outre les cas qui étaient déjà prévus sous le régime antérieur, l'article L 711-2 du Code de la propriété intellectuelle prévoit expressément que les signes portant atteinte à une AOP ou IGP ne pourront désormais plus être enregistrés, ou, le cas échéant, devront être annulés, et pourront être rejetés par l'INPI. Avant la réforme « paquet marques », il n'était pas possible de former d'opposition sur le fondement d'une AOP ou IGP. Les dépôts alternatifs de marques venaient alors combler les lacunes de la législation française et donner des instruments complémentaires aux interprofessions ou groupements de producteurs, ce qui leur permettait d'agir sur le fondement d'une marque dans le cadre d'une opposition. Les textes d'harmonisation sont ainsi venus modifier la donne[990]. Ces dispositions législatives changeantes, cela rend – une nouvelle fois - le dépôt d'une marque constituée des termes identiques à l'AOP ou IGP pas indispensable.

B. La valeur ajoutée de la marque géographique collective

La politique commerciale d'une AOP peut difficilement rivaliser avec celle d'une marque, que ce soit en termes de budget, de prix et/ou de communication, voire de constance de l'offre de la qualité[991]. C'est pour cette raison que la marque collective peut jouer un rôle subsidiaire à portée commerciale pour les producteurs européens. Ces deux signes distinctifs tirent ainsi profit de leurs forces et de leur positionnement réciproques (1). La marque peut toutefois se révéler être un instrument instable (2).

1. La marque collective, un outil de valorisation

L'AOP à elle seule ne suffit plus à faire vendre. Bien que les études sur les exportations des AOP font apparaître une hiérarchie établie au profit des appellations les plus anciennes et les plus réputées, elles démontrent toutefois le retard et le déficit de notoriété de certaines d'entre elles, si bien que le recours à la marque

[990] Voir Partie 2 – Chapitre 1 – Section 2 - §1 – B.

[991] « La qualité d'un vin dépend de critères à la fois quantitatifs, qualitatifs et subjectifs ». LEGOUY (F.), DALLOT (S.), « Les AOC en France des débuts à nos jours : la complexité d'une construction dans l'espace et dans le temps », *Mappemonde*, 125, 2019. Disponible en ligne sur : https://journals.openedition.org/mappemonde/805#quotation.

collective - en sus des marques individuelles – apparaît comme parfaitement légitime. L'alliance AOP / marque peut constituer une sorte de *« co-marquage »,* avec le *« capital-région »* et le *« capital-marque »* qui interagissent afin de renforcer l'image du produit[992]. La marque collective offre ainsi une meilleure visibilité à l'AOP.

C'est une des raisons pour lesquelles de très nombreux groupements de producteurs (ODG ou associations) ont opté pour ce cumul « AO / marque », qui présente des avantages sur le plan d'organisation, de l'information, de la promotion et enfin, de la commercialisation. Notons également qu'il s'agit parfois davantage d'un signe de ralliement. A titre d'illustration, le Comté, qui est un fromage d'AOC, est symbolisé par le logo « Comté » créé en 1958, pour accompagner la reconnaissance de l'AOC. Il s'agit ici d'une marque semi-figurative[993] qui contient le terme « Comté » associé à une clochette avec deux barres horizontales qui évoquent les clayettes sur lesquelles sont vieillies les meules. Dans le secteur vitivinicole et dans une autre approche, la marque collective complexe incluant l'AOP « Châteauneuf-du-Pape » et des éléments figuratifs - à savoir les armes pontificales - permet au consommateur de l'associer aux vins des membres du Syndicat des propriétaires viticulteurs de Châteauneuf-du-Pape. Il est d'ailleurs aujourd'hui quasiment impossible de trouver une bouteille de « Châteauneuf-du-Pape » sans les célèbres armoiries gravées dans le verre[994].

L'application cumulative des deux signes distinctifs que sont l'AOP et la marque n'est pas une pratique isolée. Il existe en effet de très nombreuses autres initiatives à travers le monde. Plus récemment, l'Alsace a enregistré la marque collective « Émotion Brut » pour distinguer ses crémants haut de gamme et tenter de concurrencer le champagne. La démarche est similaire pour les Bourguignons avec les marques collectives « Éminent » et « Grand Éminent » enregistrées en 2016, comme chez les Ligériens avec la marque collective « Prestige de Loire », qui

[992] VIOT (C.), PASSEBOIS (J.), « La marque de vin : définition et impact sur le consommateur », Colloque International de la Vineyard Data Quantification Society, Bordeaux, 2005.

[993] N°1558334, dont le titulaire est le Comité Interprofessionnel de Gestion du Comté. Marque collective internationale n°746407. Source : INPI.

[994] Alors qu'on pourrait tenter de croire que le cahier des charges de ladite AOC oblige l'utilisation de la célèbre bouteille armoriée, les producteurs sont libres d'utiliser le contenant de leur choix. Le cahier des charges précise uniquement que « les contenants pour les volumes inférieurs à 3 litres sont en verre ». Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée « CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE » homologué par le décret n°2011-1567 du 16 novembre 2011 (JORF du 19 novembre 2011). Ainsi, les producteurs peuvent utiliser la bouteille armoriée (déposée à titre de marque collective – voir Annexe 4 – IV - A) ou la bouteille dite « Mitrale » (déposée à titre de marque collective – voir Annexe 4 – IV - B). Certains utilisent même des bouteilles personnalisées, comme pour le domaine Clos des Papes (voir Annexe 4 – IV – C).

reprend la forme d'une couronne dorée ornée d'une fleur de lis, en 2018. Par le dépôt de marques collectives, ces vignobles ont souhaité mettre en place une segmentation de l'AOP, tout en se fondant sur la notion collective. Cette segmentation peut se faire de différentes manières, à savoir : soit sous l'angle géographique (en fonction des terroirs classés), soit en fonction du processus d'élaboration (millésimes, cépages, etc.)[995]. Toutefois, les producteurs intéressés par la marque collective doivent respecter les règles préétablies dans un règlement d'usage pour pouvoir l'utiliser. Le référentiel renvoie vers un certain nombre d'exigences, telles que : i) le nom du titulaire de la marque, ii) les conditions d'affiliation, iii) les conditions particulières à respecter pour utiliser ladite marque, iv) un cahier des charges technique qui vient renforcer les exigences de l'AOP, v) la mise en place des outils de contrôle et les sanctions et vi) les règles d'étiquetage des produits (apposition du nom ou du logo sur les habillages des produits couverts par la dénomination enregistrée). En tout état de cause, c'est une liberté laissée aux opérateurs d'utiliser ou non la marque, qui est davantage vue comme un signe de ralliement et/ou le signe identitaire des différentes cuvées.
La marque collective joue ainsi un rôle complémentaire par sa fonction, la logique étant de favoriser une initiative commerciale et de créer une identité visuelle dans un objectif de valorisation de l'AOP ou IGP.

Dans cet objectif de valorisation, de nombreux syndicats de producteurs de vin français souhaitent intégrer le développement de la stratégie de la marque collective dans le cahier des charges de leur AOP ou IGP. Toutefois, l'INAO refuse systématiquement de transposer ces règles dans le cahier des charges des AOP et IGP vitivinicoles, certainement parce que les fonctions de la marque même collective sont différentes de celles de l'AOP et que la marque a un coût financier en termes de gestion, de promotion et de défense - l'Etat n'étant sans doute pas prêt à l'assumer vu la démultiplication des appellations d'origine. Cette possibilité existe pourtant ailleurs. En Italie, chaque bouteille de Chianti Classico est griffée et est facilement reconnaissable par son emblème apposé sur la collerette : le coq noir (*Il Gallo Nero* en italien). L'emploi de ce logo figuratif est intégré dans le cahier des charges de la

[995] Exemple du champagne avec les conditions à respecter pour référencer le millésime : allongement de la durée minimum de vieillissement sur lattes. Source : Cahier des charges de l'appellation d'origine contrôlée Champagne - BO n°36 du 3 septembre 2020

dénomination « Chianti Classico ». Cette initiative privée est le résultat d'une volonté de valorisation de « la rente territoriale de certaines appellations »[996], avec une procédure de qualification contraignante[997]. En ce qui concerne le logo figuratif, l'article 7 du cahier des charges, qui a récemment été modifié[998], indique : « *(…) le trait distinctif du « Chianti Classico » est l'image d'un coq noir qui, depuis 2005, doit figurer sur toutes les bouteilles de vin Chianti Classico d'appellation d'origine contrôlée et garantie (DOCG). Dans la proposition de modification du cahier des charges, le style et la couleur de l'image du coq noir ont été légèrement modifiés ; cette nouvelle version a donc remplacé le logo utilisé précédemment. Le logo figuratif et les termes « Gallo Nero » ne peuvent en aucun cas se substituer à la dénomination de l'AOP Chianti Classico. La marque en question n'est qu'un élément supplémentaire qui doit être apposé sur les bouteilles de vin de Chianti Classico AOP* ». En Espagne cette fois-ci, plusieurs marques sont référencées dans le cahier des charges de l'AOP « Cava ». A ce propos, selon une communication relative à l'approbation d'une modification standard par la Commission européenne, une modification a d'ailleurs été apportée au cahier des charges en ce qui concerne « l'élimination de la restriction d'utilisation des marques ». Dans une lettre en date du 19 décembre 2013, le directeur général de l'agriculture et du développement rural de la Commission européenne fait état que certains cahiers des charges « *contiennent des interdictions d'utilisation des marques commerciales couvertes par l'appellation pour d'autres vins qui ne bénéficient pas de cette protection. Une telle interdiction d'utiliser des marques n'est pas justifiée par des raisons liées à la préservation de la qualité des produits vitivinicoles issus d'une appellation et est contraire à la législation de l'Union relative aux marques* ». En conséquence, afin de respecter la réglementation européenne relative aux marques, la mention suivante a été supprimée du point 8. b) du cahier des charges de l'AOP « Cava » : « *Les marques ne peuvent pas être utilisées simultanément sur l'étiquetage d'autres vins et boissons dérivées du vin, présentés dans des bouteilles caractéristiques des vins mousseux* ». En France, le parallèle peut être établi avec la marque semi-figurative de l'AOP

[996] HINNEWINKEL (J.-C.), « Les AOC dans la mondialisation », *Anthropology of food*, Décembre 2004.

[997] Le système de la DOC pour des vins de qualité a été créé en 1963, alors que le logo emblématique du coq noir est apparu dans les années 1920.

[998] Décision d'exécution de la Commission du 14 mars 2018 relative à la publication au Journal officiel de l'Union européenne de la demande de modification du cahier des charges d'une dénomination du secteur vitivinicole visée à l'article 105 du règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil [Chianti Classico (AOP)] (2018/C 100/09) (JOUE C 100 du 16.3.2018, p. 7–13).

« Comté » suscitée. Le cahier des charges de ladite appellation fait référence à la marque collective et indique ses conditions d'obtention[999]. Ainsi, face au refus de l'INAO, la stratégie de marque s'impose aux viticulteurs français. La marque collective devient en outre intéressante, dans la mesure où c'est un processus relativement simple à mettre en place.

En tout état de cause, quel que soit le système choisi, l' « *affectio societatis* »[1000] doit véritablement être partagé, sous peine de voir l'image de la marque se dégrader. Autrement dit, tous les opérateurs doivent être portés par les mêmes ambitions. C'est la condition *sine qua non*, peu importe les moyens financiers mis en place. L'enjeu se joue d'ailleurs beaucoup au niveau interprofessionnel.

2. La marque collective, un outil instable

Les deux signes distinctifs que sont l'AOP et la marque peuvent avoir des rôles complémentaires dus à leurs fonctions différentes, l'un garantissant une origine géographique et une qualité qui s'y attache, l'autre rattachant le produit au(x) producteur(s). Mais l'un des avantages principaux d'une marque collective semble aujourd'hui d'éviter les intrus. Il est évident qu'il peut potentiellement exister des centaines, voire des milliers de producteurs pour de grandes appellations telles que la Feta en Grèce ou le jambon de Parme en Italie. Sachant qu'il n'existe aucune obligation d'affiliation à un groupement, il est donc difficile de savoir ce que fait le « voisin » – nonobstant l'existence d'un référentiel officiel (cahier des charges pour une AOP ou un règlement d'usage pour une marque) bien calibré et clarifié. Ainsi, l'avantage d'une marque collective gérée par un groupement, par un syndicat ou autre, est de connaître les membres affiliés. Le règlement d'usage va également

[999] *(…) Le responsable de la mise en marché note les fromages sous sa propre responsabilité et en fonction d'un barème de cotation. Ne peuvent bénéficier de la dénomination « Comté » que les fromages qui présentent une note minimale de 14/20. Sur chaque meule et pour la coupe préemballée, doit être apposée en talon, une bande de surmarquage munie du logo « Comté clochettes vertes » (dépôt n°16.976 du 2 mai 1989). Chaque portion consommateur doit comporter le logo « Comté clochettes vertes ». Pour les portions consommateurs, sont obligatoires, au recto, le logo « Comté clochette verte » et la désignation « Comté » en en caractères de dimensions au moins égales aux deux tiers de celles des caractères les plus grands, avec le code couleur vert Pantone 349C* ». Source : Cahier des charges de l'appellation d'origine protégée Comté - BO n°38 du 21 septembre 2017

[1000] LOUBARESSE (E.), PESTRE (F.), « Les leviers de performance d'une stratégie collective : une analyse des filières vitivinicoles en Val de Loire, en Champagne et en Languedoc-Roussillon », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, vol. 123, no. 1, 2016, pp. 46-59.

permettre de déterminer les conditions dans lesquelles lesdits membres vont pouvoir utiliser la marque collective.

De surcroît, outre les différences en ce qui concerne le régime de protection par rapport à la marque (protection *ex officio*, protection illimitée dans le temps, protection gratuite dans les 27 Etats membres - sans oublier la protection accordée également par les pays tiers avec la conclusion d'accords bilatéraux), l'AOP/IGP propose un cahier des charges associé à un terroir et à une qualité. Les producteurs bénéficiant de l'AOP/IGP sont en effet tenus d'en perpétrer la valeur et l'héritage. La valeur patrimoniale associée aux AOP/IGP semble ainsi assurer la pérennité du signe, à la différence de la marque. Certes, on peut s'émouvoir du patrimoine d'une marque, de son histoire ou de ses valeurs, mais l'AOP a une vocation collective et transcende plus naturellement les intérêts particuliers. La vie d'une marque est davantage gouvernée par des intérêts commerciaux, que ce soit avec un ou plusieurs titulaires (voire une collectivité de titulaires), avec une vision orientée vers la recherche du profit. En effet, une marque aussi prestigieuse soit-elle est appelée à évoluer, à changer[1001], voire à disparaître, suite à une diversification de produits et/ou de services, à une faillite, etc. Une marque peut aussi être transférée. Ainsi, laisser le « contrôle » d'une AOP à des entités économiques qui à l'instant T poursuivent des intérêts qui ne sont peut-être pas ceux du passé ou du futur, risque d'être attentatoire au maintien de la pérennité de l'AOP.

Les AO se veulent bien plus stables que les marques collectives. Par exemple, lorsque le titulaire d'une marque exclusivement connu pour du Champagne, décide de faire sous cette même marque un autre produit de moindre qualité, type un mousseux (exemple de la marque Chandon vendue aux Etats-Unis). Ce choix peut porter atteinte dans le temps à tous les autres producteurs de Champagne qui produisent sous l'AOP Champagne et qui voient leur produit potentiellement assimilé à un produit sans doute moins qualitatif, en tout cas moins prestigieux. Cela pousse d'ailleurs certaines interprofessions comme la Rioja à vouloir tenter d'interdire les producteurs de produire du Rioja sous certaines marques, et utiliser une autre marque commerciale pour faire un autre produit. Cette

[1001] Voir l'exemple de la marque Pierre Cardin : Partie 2 – Chapitre 1 – Section 1 - §2 – B – 2.

velléité avait été retoquée par la Commission européenne, qui avait considéré qu'il s'agissait d'une pratique anti-concurrentielle. Toutefois, cela montre que certains opérateurs économiques même ressortissants peuvent aspirer à leurs propres débouchés, avec leurs propres produits, sans réfléchir au collectif. Nous observons donc qu'il existe là aussi des interactions entre les AOP et les marques. Le fait que ce ne soit pas des titulaires des marques qui en aient la maitrise permet finalement d'assurer la pérennité du produit, sa longévité, ainsi que son attractivité dans le temps.

CONCLUSION DE LA PARTIE 2

Si l'on raisonne en termes de dichotomie entre AOP et marque, on a peut-être parfois tendance à caricaturer les différences entre les deux. S'il existe en effet des divergences, il faut tout de même garder à l'esprit le rapport particulier qui peut exister avec une marque qui se veut aussi bien souvent l'ambassadrice de l'AOP (exemple de la marque Moët et Chandon pour le Champagne, la marque Hennessy pour le Cognac, etc.). Ainsi, le cumul AOP / marque s'avère doublement bénéfique pour les producteurs européens. D'une part, la marque permet une meilleure protection des signes distinctifs au niveau international et, d'autre part, elle est un outil promotionnel indiscutable pour l'AOP. Mais alors que le CIVC a enregistré le terme Champagne dans de nombreux pays tiers (comme c'est le cas aussi pour les emblématiques indications géographiques de Bordeaux, Cognac, etc.), l'écrasante majorité des AOP/IGP ne peut pas être protégée en dehors du territoire européen, faute de moyens tant juridiques que financiers. Il peut en outre y avoir des problématiques de tromperie liées à des marques connues, si bien que les AOP se retrouvent elles aussi à subir indirectement les charges particulières qui incombent aux exploitants d'AOP. La logique des textes tend finalement à assurer que les exploitants, les producteurs ou les utilisateurs ne cessent jamais d'utiliser l'AOP. A croire finalement que les marques collectives sont un pis-aller en attendant la reconnaissance d'une AOP[1002] qui bénéficie d'une garantie réelle au niveau de l'Union européenne et des pays tiers. Une marque collective peut en effet être une première étape de protection en attendant l'AOP, qui nécessite en principe une « reconnaissance historique »[1003]. En tout état de cause, la marque collective n'est pas une solution miracle – notamment lorsque des producteurs souhaitent s'affranchir du système des AOP et IGP. Il existe en effet une réelle attractivité du signe AOP et tout semble avoir été mis en œuvre pour que ce système soit privilégié.

[1002] Exemple avec la marque collective « Tomate de Marmande » en attendant l'obtention d'une IGP.

[1003] RUZEK (V.), « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », art. cit., p. 410.

CONCLUSION GENERALE

« *Les espèces qui survivent ne sont pas les espèces les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui s'adaptent le mieux au changement* ».
Charles DARWIN, *L'origine des espèces*, 1859.

Depuis des décennies, pléthore de producteurs français et européens vendent des produits sous AOP/IGP. Ce système permet, d'une part, de valoriser leurs produits en mettant en avant une provenance géographique et des qualités spécifiques, et, d'autre part, de bénéficier d'une protection juridique maximale au niveau européen, voire international. Comme nous l'avons vu dans cette étude, ce système est toutefois remis en question car jugé trop contraignant et non-adapté aux réalités du marché mondial. Ainsi, que ce soit de manière individuelle ou collective, tout opérateur économique a le choix soit de continuer à capitaliser sur l'AOP avec un lien authentique entre le produit et un terroir particulier, soit de s'émanciper de ce système collectif jugé insatisfaisant ou encore d'opter pour le cumul des signes AOP/marque. Toutefois, bien qu'il n'existe aucune obligation de produire sous AOP/IGP, la démarche de sortir du système *sui generis* ne semble pourtant pas si évidente. En effet, face au peu d'initiatives et à l'absence de retour d'expérience sur la sortie collective du système de droit public, ces situations sont difficiles à anticiper et à évaluer concrètement. Il est en effet bien plus fréquent de voir des producteurs quitter le système de manière individuelle que ce soit involontairement, de par le déclassement de leurs produits, ou volontairement, pour bénéficier de plus de liberté dans leurs pratiques, que de voir un groupement de producteurs décider de quitter le système traditionnel. Ainsi, il était indispensable d'analyser les moyens juridiques à disposition des producteurs afin de s'affranchir de manière collective du label officiel AOP/IGP et de s'orienter vers des formes alternatives, telles que la marque collective, tout en continuant de miser sur la provenance géographique jugée porteuse.

La présente étude a appréhendé les moyens de sortie du système traditionnel des AOP/IGP afin de mettre en exergue toute la complexité des conditions et des critères d'appréciation par les instances tant nationales qu'européennes le cas échéant. Elle a ensuite été complétée par l'analyse des conséquences supposées de cette sortie, qui expliquent d'ailleurs certainement le manque d'initiatives de la part des producteurs. Puis, nous avons comparé le système traditionnel bien ancré dans le droit positif et le système récemment réformé du droit des marques collectives, afin de déterminer celui qui serait le plus avantageux d'un point de vue de la protection et de la valorisation du territoire local. Cette analyse comparative permet ainsi de mettre en avant les nouveaux rapports qu'entretiennent ces deux signes distinctifs, et de constater que la frontière entre les deux tend visiblement à s'estomper progressivement. Nous sommes alors face à une hybridité de concepts qui ouvriraient « *de nouvelles perspectives de conciliation entre marque et appellation, voire de renforcement de l'identité de terroirs et de produits* »[1004]. Bien que l'idée de s'affranchir du modèle traditionnel des AOP/IGP de manière collective puisse paraître séduisante de prime abord, elle semble plutôt être une « fausse bonne idée » dans les faits. Bon nombre d'inconvénients ont en effet été soulevés dans cette étude quant à une éventuelle sortie juridique du système des AOP/IGP. Cela supposerait notamment de ne plus pouvoir utiliser le nom géographique ancestral tant réputé, de risquer de voir un tiers déposer une nouvelle demande d'enregistrement de l'AOP avec le nom géographique en cause, d'engendrer de nombreux contentieux (producteurs, consommateurs et/ou distributeurs lésés par la décision, etc.), de bénéficier d'une protection bien moindre que celle offerte par l'AOP/IGP (protection davantage renforcée par la consécration des IG par le droit des marques), ou encore d'investir davantage financièrement pour le contrôle, la défense et la protection des produits concernés. La fin de l'AO est finalement un fait qui dépasse le champ juridique, que le droit essaie avec un succès relatif de décrire et d'encadrer.

Malgré les critiques et les contraintes avérées, le système des AOP/IGP a tout de même fait ses preuves et continue de se développer à travers le monde. Les AOP-IGP sont des produits intemporels et durables, indissociables de leur terroir.

[1004] Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019, p. 14.

Les nombreuses demandes d'enregistrement au niveau européen témoignent d'ailleurs de l'intérêt et de la valeur ajoutée de ces signes distinctifs pour les producteurs, les consommateurs ou encore les territoires. Notons que les enjeux de la politique européenne des AOP et IGP sont d'autre part multiples : l'AOP/IGP est non seulement un instrument juridique, mais aussi un outil qui permet de préserver le développement rural, de favoriser le dynamisme de l'économie des territoires, de répondre à des pratiques environnementales spécifiques, de servir les intérêts commerciaux et économiques tout en garantissant la protection d'un patrimoine et des savoir-faire ancestraux, ainsi que de favoriser la transparence grâce à la traçabilité des produits. En outre, d'un point de vue purement économique, les produits protégés par ce système représentent un atout considérable, notamment dans un contexte international concurrentiel. Les AOP semblent apporter un meilleur retour sur investissement que les autres labels IGP et sans IG. Par ailleurs, une étude de la Commission européenne a révélé que le prix de vente d'un produit revêtu d'une indication géographique était en moyenne 2,23 fois supérieur à celui d'un produit comparable sans indication géographique[1005], ce qui n'est pas négligeable pour les producteurs au regard des coûts liés à la mise en œuvre ou pour tout simplement faire partie du système. A noter que le système des AOP et IGP permet également de valoriser le foncier[1006]. Elles génèrent par conséquent une plus-value économique locale tant sur le produit, que sur les filières ou encore les territoires locaux. N'oublions pas non plus que la protection AOP/IGP est accessible au plus grand nombre sans coût excessif et qu'elle existe pour rendre collectivement responsables toutes les instances de contrôle, soit imposer une responsabilité collective au service d'un droit collectif, contrairement au droit des marques où le

[1005] AND International et Commission Européenne, *Value of production of agricultural products and food stuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)*, préc. Disponible en ligne : http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm. Cette étude recense les avantages apportés aux producteurs tels que « *des informations détaillées et une garantie de qualité pour les consommateurs, des marges bénéficiaires plus stables pour les producteurs, une meilleure visibilité, résultant souvent de la participation aux foires commerciales, un accès à de nouveaux marchés nationaux et/ou d'exportation et un meilleur accès aux fonds de promotion et aux aides à l'investissement pour les producteurs. La protection des IG contribue également au maintien des infrastructures et des emplois locaux, notamment dans les zones plus défavorisées, ce qui profite à l'ensemble de la société* » *:* Commission européenne*,* « Livre vert - Tirer le meilleur parti des savoir-faire traditionnels européens : vers une extension possible de la protection des indications géographiques de l'Union européenne aux produits non agricoles », Bruxelles, COM(2014) 469 final, 15 juillet 2014, 27 p. Voir aussi GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.), *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, préc., p. 31.

[1006] Le coût moyen de l'hectare de vigne en Champagne en 2016 est de 1 113 500 euros. Source : Safer, Rapport 2016.

titulaire doit lui-même assumer la défense d'un droit individuel dont il a l'apanage. Traditionnellement la France et l'Union européenne ont une préférence pour la protection *sui generis* des IG, qui est une conception respectueuse du caractère collectif des droits attachés aux IG, mais cela ne doit pas nécessairement se traduire par le rejet d'autres systèmes de protection, tels que la marque collective. La marque collective peut en effet apporter de la valeur ajoutée à l'AOP. Cette combinaison « AO / marque » s'avère par ailleurs fructueuse d'un point de vue économique. Mais encore faut-il qu'il n'y ait pas de confusion entre la marque commerciale de l'opérateur, l'indication géographique enregistrée et la marque collective, pour le consommateur[1007]. La prudence est de mise, l'information devant être lisible et intelligible au niveau de l'étiquetage d'un produit. La marque collective peut aussi être un instrument de politique économique extérieur assurant ainsi une protection complémentaire des IG notamment dans les pays qui ne prévoient pas de législation spécifique sur les dénominations géographiques. En tout état de cause, l'AOP reste par définition le signe de qualité de référence.

Encore une fois, même si la tendance européenne privilégie l'enregistrement des dénominations géographiques sous AOP et IGP, le dispositif de protection ne manque pas de faire l'objet de nombreuses critiques et d'aucuns n'hésitent d'ailleurs pas à proposer des perspectives d'amélioration[1008]. A trop vouloir exporter l'AOP/IGP et à trop vouloir l'étendre dans des pays ne disposant pas des mêmes outils de contrôle que les pays européens, cette dernière perd de sa substance et brouille le message envoyé au consommateur. Ainsi, le système des AOP/IGP devra sans doute évoluer, ne serait-ce que sous l'effet des pressions économiques et commerciales que l'on a pu expliciter dans cette étude. Pour faire face aux sociétés en mutation et aux tendances du marché, les institutions devront alors réfléchir à une modernisation du système pour l'adapter au mieux à ce nouvel environnement, sous peine de créer une rupture significative avec les futures générations. Leur européanisation peut permettre ce renouvellement et garantir que l'AOP reste un

[1007] BRUGUIERE (J.-M.), NISATO (V.), « Les dénominations géographiques et le consommateur », *Revue Lamy Droit des Affaires (Supplément) n°77*, Décembre 2004, p. 27 ; BERNARD (G.), « Distinction marque / AOC – un casse-tête pour le consommateur », *Lamy Droit des affaires n°68*, Février 2004.

[1008] MARCEL (M.-L.), CINIERI (D.), « Rapport d'information déposé en application de l'article 145 du Règlement par la commission des affaires économiques sur les signes d'identification de la qualité et de l'origine », Edité par l'Assemblée Nationale, 21 janvier 2015, 108 p.

signe de qualité. D'une part, malgré la récente harmonisation de la protection des signes de qualités des produits vitivinicoles avec les produits agricoles et denrées alimentaire, le législateur européen devrait poursuivre cette démarche en fusionnant l'ensemble des mécanismes de reconnaissance et de protection des indications géographiques en place, d'autant plus que le régime est quasiment le même pour chacune des catégories de produits. Cela permettrait tout d'abord une meilleure lisibilité et une meilleure cohérence du système spécifique aux AOP/IGP pour tous les Etats membres. Ensuite, les cahiers des charges devraient nécessairement être garants des AOP, produits de qualité. Ainsi la procédure d'annulation décryptée dans notre étude servirait essentiellement à bannir ces appellations incompatibles avec le terroir concerné. Rappelons ici qu'il incombe aux Etats membres de s'assurer du bon contrôle du respect des cahiers des charges et, le cas échéant, de sanctionner les contrevenants. Pour finir, le législateur devrait renforcer davantage la protection des AOP/IGP, notamment en ce qui concerne les atteintes liées à leur utilisation dans les noms de domaine, si bien que le cumul avec une marque collective ne serait plus nécessaire. Il serait tout à fait regrettable que des producteurs du pays précurseur des appellations d'origine décident d'abandonner le système de droit public actuel, alors que l'Union européenne s'évertue à le promouvoir. Ainsi, l'avenir du régime *sui generis* semble finalement résider dans l'amélioration de sa conception à travers son adaptation face à ces nouveaux défis. Rendons alors aux AOP leurs lettres de noblesse pour qu'elles redeviennent l'expression de leur terroir et des hommes qui font leur réputation.

TABLE DE JURISPRUDENCE

(Les chiffres en gras renvoient aux notes de bas de page)

I. JURISPRUDENCE EUROPEENNE

A. Juridictions européennes

1. Cour de justice de l'Union européenne (CJUE, anciennement CJCE)

- CJUE, 29 janvier 2020, GAEC Jeanningros c/ *INAO e.a.,* aff. C-785/18 (ECLI:EU:C:2020:46), **180**
- CJUE, 5 mars 2020*, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi c/ EUIPO*, aff. C-766/18 P (ECLI:EU:C:2020:170), **639**
- CJUE, 12 décembre 2019, *Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH C/ EUIPO*, aff. C-143/19 P (ECLI:EU:C:2019:1076), **595**
- CJUE, 2 mai 2019, *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego c/ Industrial Quesera Cuquerella SL et Juan Ramón Cuquerella Montagud*, aff. C-614/17 (ECLI:EU:C:2019:344) (« *Queso Manchego »)*, **894**
- CJUE, 6 décembre 2018, *J. Portugal Ramos Vinhos SA c/ Adega Cooperativa de Borba CRL*, aff. C-629/17 (ECLI:EU:C:2018:988), **770**
- CJUE, 6 septembre 2018, *Bundesverband Souvenir–Geschenke–Ehrenpreise eV c/ EUIPO*, aff. C-488/16 P (ECLI:EU:C:2018:673), **620**
- CJUE, 7 juin 2018, *Scotch Whisky Association c/ Michael Klotz*, aff. C-44/17 (ECLI:EU:C:2018:415) (« *Glen Buchenbach »)*, **764, 880, 904, 907, 919, 923**
- CJUE, 17 mai 2018, *Industrias Químicas del Vallés SA c/ Administración General del Estado et Sapec Agro SA,* aff. C-325/16 (ECLI:EU:C:2018:326), **919**
- CJUE, 7 février 2018, *American Express Company c/ The Lords Commissioners of Her Majesty's Treasury*, aff. C-304/16 (ECLI:EU:C:2018:66), **919**
- CJUE, 23 janvier 2018, *Dawid Piotrowski*, aff. C-367/16 (ECLI:EU:C:2018:27), **919**

- CJUE, 20 décembre 2017, *Comité interprofessionnel du Vin de Champagne c/ Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co*, aff. C-393/16 (ECLI:EU:C:2017:991) (« *Champagner Sorbet* »), **217, 314, 763, 780, 932**
- CJUE, 20 septembre 2017, *The Tea Board c/ EUIPO*, aff.C-673/15 P à C-676/15 P (ECLI:EU:C:2017:702), **719, 972**
- CJUE, 14 septembre 2017*, EUIPO c/ Instituto* dos *Vinhos* do *Douro* e do *Porto IP,* aff.C-56/16 P (ECLI:EU:C:2017:693) *(« Port Charlotte* »), **553, 763, 886, 931**
- CJUE, 7 septembre 2017, *Austria Asphalt GmbH & Co OG c/ Bundeskartellanwalt*, aff. C-248/16 (ECLI:EU:C:2017:643), **920**
- CJUE, 6 avril 2017, *Proforec Srl c/ Commission*, aff. C-176/16 P (ECLI:EU:C:2017:290), **116**
- CJUE, 12 octobre 2016, *Cyprus Turkish Chamber of Industrye.a. c/ Commission,* aff.T-41/16 (ECLI:EU:T:2016:613), **203**
- CJUE, 21 janvier 2016, *Viiniverla Oy c/ Sosiaali- jaterveysalanlupa-javalvontavirasto*, aff. C-75/15 (ECLI:EU:C:2016:35) (« *Viiniverla »)*, **879, 907**
- CJUE, 6 octobre 2015, *Schutzgemeinschaft Milchund Milcherzeugnissee. V. c/ Commission européenne, Royaume des Pays-Bas, Nederlandse Zuivelorganisatie*, aff. C-519/14 P (ECLI:EU:C:2015:702), **245**
- CJUE, 4 juin 2015, *Bundesverband der Verbraucherzentralenund Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverbande. V. c/ Teekanne GmbH & Co. KG*, aff. C-195/14 (ECLI:EU:C:2015:361), **905**
- CJUE, 6 mars 2014, *Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH c/ Pfahnl Backmittel GmbH*, aff. C-409/12 (ECLI:EU:C:2014:130), **350, 717**
- CJUE, 13 février 2014, *Hongrie c/ Commission*, aff. C-31/13 P (ECLI:EU:C:2014:70), **459**
- CJUE, 5 juillet 2012, *Société d'investissement pour l'agriculture tropicale SA* (*SIAT) c/ État belge*, aff. C-318/10 (ECLI:EU:C:2012:415), **452**
- CJUE, 16 février 2012, *Marcello Costa e.a.,* aff. jtes C-72/10 et C-77/10 (ECLI:EU:C:2012:80), **452**
- CJUE, 22 septembre 2011, *Interflora Inc. et Interflora British Unit c/ Marks & Spencer plc et Flowers Direct Online Ltd.*, aff. C-323/09 (ECLI:EU:C:2011:604), **728**
- CJUE, 14 juillet 2011, *BNIC c/ Gust. Ranin Oy.,* aff. jtes C-4/10 et C-27/10 (ECLI:EU:C:2011:484) (« *BNIC »)*, **846, 866, 879**

- CJUE, 29 mars 2011, *Anheuser-Busch c/ BudějovickýBudvar*, aff. C-96/09 P (ECLI:EU:C:2011:189*) (« BUD »)*, **721, 810**
- CJUE, 22 décembre 2010, *Bavaria NV c/ Bayerischer Brauerbund eV.,* aff. C-120/08 (ECLI:EU:C:2010:798*) (« Bavaria II »)*, **849**
- CJUE, 14 septembre 2010, *Akzo Nobel Chemicals Ltd et Akcros Chemicals Ltd c/ Commission,* aff. C-550/07 P (ECLI:EU:C:2010:512), **452**
- CJUE, 23 mars 2010, *Google France et Google*, aff. C-236/08 à C-238/08 (ECLI:EU:C:2010:159), **728**
- CJUE, 14 janvier 2010, *Stadt Papenburg c/ Bundesrepublik Deutschland,* aff. C-226/08 (ECLI:EU:C:2010:10), **452**
- CJCE, 6 octobre 2009*, PAGO International GmbH c/ Tirolmilchregistrierte GenossenschaftmbH,* aff. C-301/07 (ECLI:EU:C:2009:611), **834**
- CJCE, 10 septembre 2009, *Alberto Severi c/ Regione Emilia Romagna***,** aff. C-446/07 (ECLI:EU:C:2009:530) (« *Salame Felino)*, **283**
- CJCE, 8 septembre 2009, *Budějovický Budvar c/ Rudolf Ammersin GmbH*, aff. C-478/07 (ECLI:EU:C:2009:521), **537, 549, 551, 558**
- CJCE, 2 juillet 2009, *Bavaria NV et Bavaria ItaliaSrl c/ Bayerischer Brauerbund eV*, aff. C-343/07 **(**ECLI:EU:C:2009:415) (*« Bavaria »*), **85, 118, 178, 181, 282**
- CJCE, 26 février 2008, *Commission c/ Allemagne*, aff. C-132/05 (ECLI:EU:C:2008:117) (« *Parmesan »*), **126, 247, 283, 308, 749, 879**
- CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne c/ et Danemark c/ Commission*, aff. C-465/02 et C-466/02 (ECLI:EU:C:2005:636), **221, 230, 260, 283, 299, 302**
- CJCE, 7 juin 2005, *VEMW e.a*., aff. C-17/03 (ECLI:EU:C:2005:362), **452**
- CJCE, 14 avril 2005, *Belgique c/ Commission*, aff. C-110/03 (ECLI:EU:C:2005:223), **450**
- CJCE, 18 novembre 2003, *Budějovický Budvar, národní podnik c/ Rudolf Ammersin GmbH*, aff. C-216/01(ECLI:EU:C:2003:618), **658**
- CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita c/ Asda Stores Ltd et Hygrade Foods Ltd*, aff. C-108/01 (ECLI:EU:C:2003:296), **544, 658**
- CJCE, 20 mai 2003, *Ravil SARL c/ Bellon Import SARL et Biraghi SpA,* aff. C-469/00 (ECLI:EU:C:2003:295), **544**
- CJCE, 6 mars 2003, *Commission c/ France*, aff. C-6/02 (ECLI:EU:C:2003:136), **547, 548**

- CJCE, 12 novembre 2002, *Arsenal Football Club c/ Matthew Reed,* aff. C-206/01 (ECLI:EU:C:2002:651 *) (« Arsenal »)*, **718**
- CJCE, 26 octobre 2002, *Molkerei Großbraunshain GmbH et Bene Nahrungsmittel GmbH c/ Commission*, aff. C-447/98 P (ECLI:EU:C:2000:586) (« *Alterburger Ziegenkäse* »), **467**
- CJCE, 24 septembre 2002, *Grundig Italiana SpA c/ Ministero delle Finanze*, aff. C-255/00 (ECLI:EU:C:2002:525), **480**
- CJCE, 11 juillet 2002, *Marks & Spencer plc c/ Commissioners of Customs & Excise*, aff. C-62/00 (ECLI:EU:C:2002:435), **480**
- CJCE, 27 juin 2002, *Commission* c/ *France*, aff. C-258/00 (ECLI:EU:C:2002:400), **922**
- CJCE, 18 juin 2002, *Pays-Bas c/ Commission*, aff. C-314/99 (ECLI:EU:C:2002:378), **476**
- CJCE, 18 juin 2002, *Philips Electronics c/ Remington Consumer Products*, aff. C-299/99 (ECLI:EU:C:2002:377) *(« Philips* »), **717**
- CJCE, 30 janvier 2002, *La Conqueste SCEA c/ Commission*, aff. C-151/01 P (ECLI: ECLI:EU:C:2002:62) (« *Canard à foie gras du Sud-Ouest* »), **108, 467**
- CJCE, 6 décembre 2001, *Carl Kühne GmbH & Co. KG et autres c/ Jütro Konservenfabrik GmbH & Co. KG.,* aff. C-269/99 (ECLI:EU:C:2001:659), **85, 178, 181, 537**
- CJCE, 30 janvier 2001, *Royaume d'Espagne c/ Conseil de l'Union européenne*, aff. C-36/98 (ECLI:EU:C:2001:64), **921**
- CJCE, 16 mai 2000, *Belgique c/ Espagne*, aff. C-388/95 (ECLI:EU:C:2000:244), **658, 707**
- CJCE, 14 septembre 1999, *General Motors Corporation c/ Yplon SA*, aff. C-375/97 (ECLI:EU:C:1999:408) (« *General Motors »)*, **835**
- CJCE, 16 mars 1999, *Royaume de Danemark, République fédérale d'Allemagne et République française c/ Commission*, aff. jtes C-289/96, C-293/96 et C-299/96 (ECLI:EU:C:1999:141), **239, 291, 292, 297**
- CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola c/ Käserei Champignon Hofmeister GmbH& Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97 (ECLI:EU:C:1999:115) (*« Gorgonzola »*), **543, 658, 848, 879, 884, 893, 901, 902, 923, 925**

- CJCE, 29 septembre 1998, *Canon Kabushiki Kaisha c/ Metro-Goldwyn-Mayer Inc., anciennement Pathe Communications Corporation.,* aff. C-39/97 (ECLI:EU:C:1998:442*) (« Canon »)*, **717**
- CJCE, 9 juin 1998, *Fromagerie Chiciak et a. c/ Syndicat défense de l'Epoisses et a.,* aff. C-129/97 et C-130/97 (ECLI:EU:C:1998:274), **423, 541, 542, 543, 544, 545**
- CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur SA c./ Lor SA et Confiserie du Tech*, aff. C-3/91 (ECLI:EU:C:1992:420), **658, 707, 708, 712**
- CJCE, 28 mai 1998, *Parlement c/ Conseil*, aff. C-22/96 (ECLI:EU:C:1998:258), **476**
- CJCE, 11 novembre 1997, *Frits Loendersloot, agissant sous le nom commercial « F. Loendersloot Internationale Expeditie » c/ George Ballantine & Son Ltd e.a.,* aff. C-349/95 (ECLI:EU:C:1997:530) *(« Loendersloot »)*, **717**
- CJCE, 6 juillet 1995, *Verein gegenUnwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V. c/ Mars GmbH*, aff. C-470/93 (ECLI:EU:C:1995:224), **905**
- CJCE, 22 juin 1994, *IHT Internationale Heiztechnik c/ Ideal-Standard*, aff. C-9-93 (ECLI:EU:C:1994:261), **745**
- CJCE*.,* 17 octobre 1990*, CNL-Sucal c/* Hag *GF,* aff. C-10/89 (ECLI:EU:C:1990:359) (« *Hag II »*), **716**
- CJCE, 11 novembre 1981, *IBM c/ Commission*, aff. 60/81 (ECLI:EU:C:1981:264)
- CJCE, 13 mai 1981, *SpA International Chemical Corporation*, aff. 66/80 (ECLI:EU:C:1981:102), **203**
- CJCE, 5 mai 1981, *Firma Anton Dürbeck c/ Hauptzollamt Frankfurt am Main-Flughafen*, aff. 112/80 (ECLI:EU:C:1981:94), **490**
- CJCE, 13 décembre 1979, *Liselotte Hauer contre Land Rheinland-Pfalz*, aff. 44/79 (ECLI:EU:C:1979:290), **447**
- CJCE, 3 mai 1978, *Gesellschaft mbH in Firma August Töpfer& Co. c/ Commission*, aff. 112/77 (ECLI:EU:C:1978:94), **465**
- CJCE, 22 juin 1976, *Société Terrapin (Overseas) Ltd. c/ Société Terranova Industrie CA Kapferer & Co.,* aff. 119/75 (ECLI:EU:C:1976:94), **716, 717**
- CJCE, 20 février 1975, *Commission c/ République fédérale d'Allemagne*, aff. 12/74 (ECLI:EU:C:1975:23) (« *Sekt et Weinbrandt »)*, **711**
- CJCE, 21 novembre 1974, *Moulijn c/ Commission*, aff. 6-74 (ECLI:EU:C:1974:129), **919**

- CJCE, 5 juin 1973, *Commission c/ Conseil*, aff. 81/72 (ECLI:EU:C:1973:60), **471**
- CJCE, 14 juillet 1972, *Imperial Chemical Industries Ltd. c/ Commission des Communautés européennes*, aff. 48-69 (ECLI:EU:C:1972:70), **490**
- CJCE, 11 juillet 1968, *Zuckerfabrik WatenstedtGmbH c/ Conseil des Communautés européennes*, aff. 6-68 (ECLI:EU:C:1968:43), **465**
- CJCE, 15 juillet 1963, *Plaumann & Co. c/ Commission de la Communauté économique européenne*, aff. 25/62 (ECLI:EU:C:1963:17), **465**
- CJCE, 6 avril 1962, *Bosch*, aff. 13-61 (ECLI:EU:C:1962:11), **490**

2. Tribunal de l'Union européenne (TUE, anciennement TPICE)

- TUE, 18 décembre 2019, *Gres de Aragón SA c/ EUIPO,* aff. T-624/18 (ECLI:EU:T:2019:868), **784**
- TUE, 23 novembre 2018, *Chypre c/ EUIPO – Papouis Dairies,* aff. T-703/17 (ECLI:EU:T:2018:835*) (« Papouis Halloumi »)*, **634**
- TUE, 25 septembre 2018, *Chypre c/ EUIPO – M. J. Dairies*, aff. T-384/17 (ECLI:EU:T:2018:593) *(« BBQLOUMI »)*, **634**
- TUE, 13 juillet 2018, *Chypre c/ EUIPO – Papouis Dairies*, aff. T-825/16 (ECLI:EU:T:2018:482*) (« Pallas Halloumi »)*, **634, 636, 735**
- TUE, 13 juillet 2018, *Chypre c/ EUIPO – POA*, aff. T-847/16 (ECLI:EU:T:2018:481) *(« COWBOYS HALLOUMI »)*, **634, 636**
- TUE, 12 juillet 2018, *Consejo Regulador del Cava c/ EUIPO*, aff. T-774/16 (ECLI:EU:T:2018:441*)*, **938**
- TUE, 20 avril 2018, *Dimitrios Mitrakos c/ EUIPO,* aff. T-15/17 (ECLI:EU:T:2018:198*) (« Yamas c/ Llama »)*, **939**
- TUE, 12 octobre 2017, *Moravia Consulting spol. s r. o. c/ EUIPO*, aff. T-317/16 (ECLI:EU:T:2017:718), **808**
- TUE, 28 septembre 2017, *Bodegas Verduguez c/ EUIPO*, aff. T-206/16 (ECLI:EU:T:2017:673), **798**
- TUE, 18 septembre 2017, *Codorníu SA c/ EUIPO*, aff. T-86/16 (ECLI:EU:T:2017:627), **937**
- TUE, 9 février 2017, *Bodega Vega Sicilia c/ OHMI*, aff. T-696/15 (ECLI:EU:T:2017:69) (« *Bodegas Vega Sicilia »)*, **212, 799, 801**

- TUE, 25 janvier 2017, *Anton Riemerschmid Weinbrennereiund Likörfabrik GmbH & Co. KG c/ EUIPO*, aff. T-187/16 (ECLI:EU:T:2017:30), **934**
- TUE, 24 novembre 2016, *Speciality Drinks Ltd c/ EUIPO*, aff. T-250/15 (ECLI:EU:T:2016:678) (« *Clan c/ Clan Maggregor »*), **906**
- TUE, 21 janvier 2016, *Proforec Srl c/ Commission*, aff. T-120/15 (ECLI:EU:T:2016:50), **116**
- TUE, 18 novembre 2015, *Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP c/ OHMI*, aff. T-659/14 (ECLI:EU:T:2015:863), **556, 557, 888,889, 890**
- TUE, 7 octobre 2015, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission,* aff. T-49/14 (ECLI:EU:T:2015:755), **201, 204**
- TUE, 7 octobre 2015, *Chypre c/ OHMI,* aff. jtes T-292/14 et T-293/14 (ECLI:EU:T:2015:752) *(« ΧΑΛΛΟΥΜΙ et HALLOUMI »)*, **634**
- TUE, 30 septembre 2015, *Tilda Riceland Private Ltd c/ OHMI*, aff. T-136/14 (ECLI:EU:T:2015:734), **289**
- TUE, 14 juillet 2015, *Genossenschaftskellerei Rosswag-Muhlhausen c/ OHMI,* aff. T-55/14 (ECLI:EU:T:2015:486*) (« Lembergerland* »), **797**
- TUE, 10 septembre 2014, *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks c/ Commission*, aff. T-354/13 (ECLI:EU:T:2014:775), **203, 470**
- TUE, 3 septembre 2014, *Schutzgemeinschaft Milchund Milcherzeugnisse eV c/ Commission*, aff. T-113/11 (ECLI:EU:T:2014:756), **244**
- TUE, 13 juin 2012, *Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias c/ OHMI – Garmo*, aff. T-534/10 (ECLI:EU:T:2012:292) *(« HELLIM »)*, **634**
- TUE, 9 septembre 2011, *Dow Agro Sciences* e.a. c/ Commission, aff. T-475/07 (ECLI:EU:T:2011:445), **452**
- TUE, 7 juillet 2011, *Acetificio Marcello de Nigris Srl c/ Commission*, aff. T-351/09 (ECLI:EU:T:2011:339), **468**
- TUE, 17 mai 2011, *Consejo regulador de la denominacion de origen* Txakoli *de Alava et a. c/ OHMI*, aff. T-341/09 (ECLI:EU:T:2011:220), **610**
- TUE, 11 mai 2010, *Abadía Retuerta* c/ OHMI, aff. T-237/08 (ECLI:EU:T:2010:185) (« *Cuvée Palomar* »), **792, 865, 885, 926, 928**
- TUE, 19 janvier 2010, *Co-Frutta c/ Commission*, aff. jtes T-355/04 et T-446/04 (ECLI:EU:T:2010:15), **203**
- TPICE, 18 décembre 2008, *Miguel Torres, SA c/ OHMI,* aff. T-8/07 (ECLI:EU:T:2008:603), **937**

- TPICE, 16 décembre 2008, *Budejovicky Budvar, narodni podnik c/ OHMI* , aff. jtes T-225/06, T-255/06, T-257/06 et T-309/06, (ECLI:EU:T:2013:31), **809, 811**
- TPICE, 15 octobre 2008, *Rewe-Zentral AG c/ OHMI*, aff. T-230/06 (ECLI:EU:T:2008:443), **620**
- TPICE, 12 septembre 2007, Consorzio *per la tutela del formaggio Grana Padano c./ OHMI*, aff. T-291/03 (ECLI:EU:T:2007:255), **304, 305, 306, 307**
- TPICE, 11 septembre 2007, *Honig-Verband eV c/ Commission ,* aff. T-35/06 (ECLI:EU:T:2007:250), **467**
- TPICE, 13 décembre 2005, aff. T-381/02 (ECLI:EU:T:2005:445), **466**
- TPICE, 11 mai 2005, *Grupo Sada, pa,* SA *c/ OHMI*, aff. T-31/03 (ECLI:EU:T:2005:169), **910**
- TPICE, 6 juillet 2004, *Alpenhain-Camembert-Werk e.a. c/ Commission, aff. T-370/02 (*ECLI:EU:T:2004:209), **467**
- TPICE, 30 janvier 2001, *La Conqueste c/ Commission*, aff. T-215/00 (ECLI:EU:T:2001:23), **108, 467**
- TPICE, 9 novembre 1999, *CSR Pampryl c/ Commission*, aff. T-114/99 (ECLI:EU:T:1999:281), **108, 467**
- TPICE, 29 avril 1999, *Unione provinciale degli agricoltori di Firenze, Unione pratese degli agricoltori, Consorzio produttori dell'olio tipico di oliva della provincia di Firenze, Francesco Miari Fulcis, Bonaccorso Gondi, Simone Giannozzi et Antonio Morino c/ Commission*, aff. T-78/98 (ECLI:EU:T:1999:87) (« *Toscano* »), **467**
- TPICE, 26 mars 1999, *Confiserie du TECH SA et Biscuiterie Confiserie LOR SA c/ Commission*, aff. T-114/96 (ECLI:EU:T:1999:68) (« *Turrón de Jijona* », « *Turrón de Alicante* »), **467**
- TPICE, 30 septembre 1998, *Isabelle Adine-Blanc c/ Commission,* aff. T-43/97 (ECLI:EU:T:1998:231), **479**
- TPICE, 15 septembre 1998, *Molkerei Großbraunshain GmbH et Bene Nahrungsmittel GmbH c/ Commission,* aff. T-109/97 (ECLI:EU:T:1998:209), **467**
- TPICE, *2*2 janvier 1997*, Opel Austria GmbH c/ Conseil*, aff. T-115/94 (ECLI:EU:T:1997:3), **449**

B. Cour européenne des droits de l'homme (CEDH)

- CEDH, 29 avril 1999, *Chassagnou et a. c/ France*, n°25088/94, 8331/95 et 28443/95, **382**
- CEDH, 22 septembre 1994, *Hentrich c/ France,* n°13616/88, **490**
- CEDH, 26 avril 1979, *Sunday Times c/ Royaume-Uni*, n°6538/74, **490**

II. INSTANCES EUROPEENNES

A. Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO, anciennement OHMI)

- EUIPO, div. d'annulation, 13 novembre 2020, n°14 481 C, **769**
- EUIPO, 8 novembre 2018, n°B 2 959 107, **796, 929**
- EUIPO, ch. rec., 25 mai 2018, n°R-44/2018-4, **789**
- EUIPO, 1e ch. rec., 8 juin 2015, n°R 2558/2013-1, **989**
- OHMI, div. d'opposition, 3 juillet 2013, n°B 1 805 079, **814**
- OHMI, div. d'opposition, 12 décembre 2003, n°279C 001072370/1, **884**
- OHMI, div. d'opposition, 26 mars 2002, n°814/2002, **884**
- OHMI, ch. rec., 14 septembre 2000, n°R 436/1999-1, **728**

III. JURISPRUDENCE FRANCAISE

A. Conseil d'Etat (C.E)

- C.E, 30 mars 2009, n°304990, **443**
- C.E, 12 février 2007, *Association Sopravit et autres*, n°301131, **379**
- C.E, Ass., 24 mars 2006, *KPMG et a.*, n°288460, **474, 475, 489**
- C.E, 27 juillet 2005, n°261989, **443**
- C.E, 27 octobre 2006, *Société Techna SA et autres*, n°260767, **461**
- C.E, Ass., 25 février 2005, *France Télécom*, n°247866, **461**
- C.E, Ass., 11 mai 2004, *Association AC ! et autres*, n°255886, **461**
- C.E, 27 juillet 2001, *Titran*, n°222509, **461**
- C.E, 21 juin 2000, *Sté Eurial Poitouraine,* n°212348, **423, 542**

- C.E, 30 décembre 1998, *SA Fromagerie Philipona et Sté fromagerie franc-comtoise*, n°170232, **544**
- C.E, Ass., 3 février 1989, *Compagnie Alitalia,* n°74052, **441**

B. Cour de cassation (Cass.)

- Cass. Com., 19 juin 2019, n°17-25.822, **865, 924**
- Cass. Crim., 4 avril 2018, n°16-83.270, **529**
- Cass. Civ. 1ère, 14 janvier 2016, n°14-26.443, **381**
- Cass. Com., 25 novembre 2014, n°13-19870, **316**
- Cass. Com., 7 juillet 2009, n°08-10817, **892**
- Cass. Com., 11 mars 2008, n°06-12.855, **381**
- Cass. Com., 23 octobre 2007, n°06-12022, **68, 902**
- Cass. Com., 12 décembre 2006, n°03-20.080, **617**
- Cass. Com., 31 janvier 2006, n°04-13.676, **854, 884**
- Cass. Com., 8 mars 2005, n°03-12.193, **332**
- Cass. Com., 30 novembre 2004, n°02-13561, **617**
- Cass. Com., 21 septembre 2004, n°02-15.435, **625, 962**
- Cass. Com., 18 février 2004, n°02-10576, **777**
- Cass. Civ. 3e, 2 octobre 2002, n°01-02.924, **405**
- Cass. Civ. 1ère, 15 mai 2001, n°99-20.597, **405**
- Cass. Crim., 6 février 2001, n°99-85.219, **423, 542**
- Cass. Com., 30 mai 2000, n°98-15.327, **423, 542**
- Cass. Com., 5 juillet 1994, n°92-17534, **933**
- Cass. Com., 26 octobre 1993, n°91-20472, **335**
- Cass. Com., 24 mars 1992, n°89-20.178, **963**
- Cass. Com., 1er décembre 1987, n°86-11.328, **142, 859, 955**
- Cass. Com., 9 novembre 1981, n°80-12.943, **963**
- Cass. Com., 8 mai 1973, n°71-13.636, **950**
- Cass. Com., 21 novembre 1957, **949**
- Cass. req., 24 octobre 1928, **289**

C. Cour d'appel (CA)

- CA Paris, 11 septembre 2018, n°17/01272, **776**
- CA Paris, 13 mars 2015, n°14/12664, **591, 739**
- CA Paris, 15 mars 2013, n°12/07098, **68**
- CA Aix-en-Provence, 19 mars 2009, n°07/16434, **331, 756**
- CA Bordeaux, 24 novembre 2008, n°08/02259, **958**
- CA Bordeaux, 9 juin 2008, n°07/03066, **957**
- CA Lyon, 10 mai 2007, n°06/03212, **855**
- CA Paris, 25 avril 2007, n°06/03001, **901, 961**
- CA Paris, 18 janvier 2006, n°04/24385, **836**
- CA Colmar, 8 décembre 2005, **68**
- CA Paris, 12 mai 2004, n°03/03335, **836**
- CA Paris, 12 septembre 2001, **777**
- CA Paris, 18 mai 2001, **835, 836**
- CA Paris, 3 novembre 1999, **648**
- CA Paris, 15 décembre 1993, **312**
- CA Paris, 16 juin 1988, **616**
- CA Paris, 28 novembre 1985, **143**
- CA Paris, 22 octobre 1979, **620, 840**
- CA Paris, 19 novembre 1971, **618**
- CA Aix-en-Provence, 2 juin 1961, **949**
- CA Paris, 19 mars 1929, **289, 355**
- CA Orléans, 20 janvier 1926, **247**

D. Tribunal de Grande Instance (TGI)

- TGI Strasbourg, 30 juin 2004, **148**
- TGI Paris, 25 avril 2003, **620**
- TGI Paris, 5 mars 1984, **312, 774, 781**
- TGI Bordeaux, 3 juin 1980, **776**

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

I. OUVRAGES ET THESES

- **BAINBRIDGE (D.),** *Intellectual Property*, Ed. Broché, 2008, 952 p.
- **BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.),** *Droit de la vigne et du vin : Aspects juridiques du marché vitivinicole*, Féret Bordeaux et LexisNexis Paris, 2e éd., 2010, 512 p.
- **BERGE (J.-S.),** *La protection internationale et européenne du droit de la propriété intellectuelle, Présentation – Textes – Jurisprudences – Situations*, Ed. Larcier, 2015, 448 p.
- **BILLARD (J.-N.),** *Droit du contentieux communautaire, Système et Marché intérieur*, Ellipses, « Universités Droit », Paris, 2006, 220 p.
- **BLUMANN (C.), DUBOUIS (L.),** *Droit institutionnel de l'Union européenne*, LexisNexis, Paris, 6e Ed, 2016. 922 p.
- **BOISARD (P.),** « Le camembert, mythe français », Odile Jacob, Mai 2007, 300 p.
- **BOUCHE (N.),** *Le principe de territorialité de la propriété intellectuelle*, L'Harmattan, Paris, 2002, 622 p.
- **BOUVEL (A.),** *Principe de spécialité et signes distinctifs*, Litec, Paris, 2004, 403 p.
- **BOYER-PAILLARD (D.),** *Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques »,* Thèse sous la direction de F. FERALLE, Université de Perpignan Via Domitia, 2012, 884 p.
- **BUFFELAN-LANORE (Y.),** *Essai sur la notion de caducité des actes juridiques en droit civil*, Coll. Bibliothèque de droit privé », t. XVIII, Paris, JGDJ, 1963, 173 p.
- **BUHL (C.),** *Le droit des noms géographiques*, Ed. Litec, Coll. du C.E.I.P.I, 1997, 453 p.
- **CHAMEROY (F.),** *Les effets du label sur la qualité perçue, les relations à la marque et le consentement à payer*, Thèse sous la direction de J.-L. CHANDON, Aix Marseille Université, 2013, 478 p.
- **CORNU (G.),** *Vocabulaire juridique*, PUF, Paris, 2003, 950 p.
- **DALIL (B.),** *Le droit administratif face au principe de la sécurité juridique*, Thèse sous la direction de P. BRUNET, Université de Paris-Ouest Nanterre la Défense, 2015, 431 p.

- **DANOVICS (V.),** *L'indication géographique de produits agricoles dans l'Union européenne*, Thèse sous la direction de P. LAURENT, Paris, Université Paris 1, 2001, 451 p.

- **DEV GANGJEE**, *Relocating the Law of Geographical Indications*, Cambridge University Press, 2012, 341 p.

- **DEBLOCK (C.), LEBULLENGER (J.), PAQUIN (S.),** *Un nouveau pont sur l'Atlantique : L'Accord économique et commercial global entre l'Union européenne et le Canada*, Ed. Broché, 2015, 370 p.

- **DIART-BOUCHER (S.),** *La réglementation viticole champenoise - Une superposition de règles communautaires nationales et locales*, L'Harmattan, Paris, 2007, 306 p.

- **DURAND (C.),** *L'émergence des indications géographiques dans les processus de qualification territoriale des produits agroalimentaires Une analyse comparée entre l'Indonésie et le Vietnam*, Thèse sous la direction de J.-M. TOUZARD, Montpellier SupAgro, 2016, 559 p.

- **EUIPO**, *Protection and Control of Geographical Indications for Agricultural Products in the EU Member States*, Décembre 2017, 405 p. Disponible en ligne : https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/Enforcement_of_GIs/EUIPO_Geographical_Indications_full_report_en.pdf

- **FORT (F.), RASTOIN (J.-L.),** « Marchés agroalimentaires, choix du consommateur et stratégies d'entreprises fondées sur le territoire : le modèle européen des indications géographiques », in *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens - Montpellier : CIHEAM (Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes)*, 2009, 379 p.

- **FRANCOIS (R.),** *Les Dénominations génériques*, Université Robert Schuman de Strasbourg, Mémoire de Diplôme d'Études Approfondies (DEA), 2002, 131 p.

- **FRANGUS-GUIGUES (D.),** *Nature et protection juridiques des indications géographiques : l'avènement d'un droit à l'épreuve de sa mise en œuvre*, Thèse sous la direction de J. AUDIER, Université Aix Marseille, 2012, 395 p.

- **GASTINEL (E.),** *La marque communautaire*, LGDJ, Ed. Broché, 1998, 346 p.

- **GEORGELIN (C.),** *Fonction identitaire et protection juridique du « Terroir » : Etude des rapports entre les sciences du vin et le droit vitivinicole*, Thèse sous la direction de Th. GEORGOPOULOS, Université de Reims Champagne-Ardenne, 2017, 406 p.

- **GIOVANNUCCI (D.), JOSLING (T.), KERR (W.), O'CONNOR (B.), YEUNG (M.),** *Guide des Indications géographiques – Faire le lien entre les produits et leurs origines*, Centre du Commerce International, 2009, 245 p.

- **HERON (J.),** *Principes du droit transitoire*, Dalloz-Sirey, Coll. Philosophie et théorie générale du droit, 1996, 168 p.

- **HUMBERT (F.),** *L'INAO, de ses origines à la fin des années 1960 : genèse et évolutions du système des vins d'AOC*, Thèse sous la direction de S. WOLIKOW, Université de Bourgogne, 2011, 754 p.

- **JATON (L.),** *La répression des fausses indications de provenance et les conventions internationales*, LGDJ*,* 1926, 294 p.

- **KALINDA (F.-X.),** *La protection des indications géographiques et son intérêt pour les pays en développement,* Thèse sous la direction de Y. REBOUL, Université de Strasbourg, 2010, 447 p.

- **LE GOFFIC (C.),** *La protection des indications géographiques : France, Union européenne, États-Unis,* Ed. Litec, Coll. IRPI Droit des affaires, Vol. 37, Décembre 2010, 522 p.

- **LE GOFFIC (C.),** *La protection des indications géographiques en France, dans la Communauté européenne et aux États-Unis*, Thèse sous la direction de G. BONET, Université Panthéon-Assas, Paris 2, 2009, 403 p.

- **MAMOUDY (O.),** *La modulation dans le temps des effets des décisions de justice en droit français*, Thèse sous la direction de P. CASSIA, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2013, 603 p.

- **MARIE-VIVIEN (D.),** *La protection des indications géographiques : France*, *Europe*, *Inde*, Ed. Quae, 2012, 240 p.

- **MARIE-VIVIEN (D.),** *Le droit des indications géographiques en Inde: un pays de l'Ancien monde face aux droits français, européen et international*, Thèse sous la direction de M.-A. HERMITTE, Paris, EHESS, 2010, 612 p.

- **MOITY-MAIZI (P.), DE SAINTE MARIE (C.), MUCHNIK (J.), SAUTIER (D.), GESLIN (P.),** *Systèmes agroalimentaires localisés : terroirs, savoir-faire, innovations*, Ed. Inra, Coll. SAD Études et recherches, 2002, 216 p.

- **MULTON (J.-L.), TEMPLE (H.), VIRUEGA (J.-L.),** *Traité pratique de droit alimentaire*, Coll. Sciences et techniques agroalimentaires, Lavoisier, 2013, 1 456 p.

- **NGO (M.-A.),** *La qualité et la sécurité des produits agroalimentaires*, L'Harmattan, 2006, 575 p.

- **O'CONNOR (B.),** *The law of geographical indications*, Cameron May, 2004, 496 p.

- **OLSZAK (N.),** *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, Editions Technique et Documentation, Paris, 2001, 186 p.

- **OMPI**, *Créer une marque – Initiation aux marques pour les petites et moyennes entreprises*, Publication de l'OMPI n°900.1., 2017, 94 p. Disponible en ligne : https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_900_1.pdf

- **PASSA (J.),** *Droit de la propriété industrielle*, *Tome 1*, Paris, LGDJ, 2ème Ed. Broché, 2009, 1 142 p.

- **PASSA (J.),** *Droit de la propriété industrielle : Tome 1 - Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, Paris, LGDJ, 2006, 810 p.

- **PLAISANT (M.), FERNAND-JACQ**, *Traité des noms et appellations d'origine*, Librairie Arthur Rousseau, Paris, 1921, 394 p.

- **POLLAUD-DULIAN (F.),** *Droit de la propriété industrielle*, Domat Droit privé, Montchrestien, 1999, 944 p.

- **ROUBIER (P.),** *Le droit de la propriété industrielle, Tome 2*, Ed. Recueil Sirey, Paris, 1954, 817 p.

- **SABIK (N.),** *Le rôle de la propriété industrielle dans la protection du consommateur*, Thèse sous la direction de F. MARMOZ, Université de Jean Moulin Lyon 3, Mai 2010, 449 p.

- **SAURON (J.-L.),** *Procédures devant les Juridictions de l'Union européenne et devant la CEDH*, Master Pro, Novembre 2010, 336 p.

- **SCHMIDT-SZALEWSKI (J.), PIERRE (J.-L.),** *Droit de la propriété industrielle*, 4e éd., Paris, LexisNexis, Litec, 2007, 696 p.

- **SELOSSE (P.),** *Le régime juridique du produit de luxe - Émergence d'une protection spéciale du produit de luxe par le droit de la propriété intellectuelle*., Thèse sous la direction de M. DUPUIS, Université de Lille, Droit et Santé, 2017, 636 p.

- **SIBONY (A.-L.),** *Le juge et le raisonnement économique en droit de la concurrence*, Avant-propos B. VESTERDORF, Préface G. CANIVET, Paris, LGDJ, Coll. Droit & Économie, 2008, 883 p.

- **SIMON (D.), MARIATTE (F.), RITLENG (D.),** *Contentieux de l'Union européenne / 1 – Annulation, Exception d'illégalité*, Broché, Ed. Lamy, Coll. Axe Droit, 2010, 390 p.

- **SOKOLOWSKA (A.),** *Le droit sur la marque : un « véritable » droit de propriété ? La question de la nature juridique de la marque en droit comparé franco-polonais*., Thèse sous la direction de J.-L. PIOTRAUT, Université de Lorraine, 2014, 343 p.

- **SONG (X),** *The Geographical Indications: the Transplantation of the French/ European Sui Generis Systems in China*, Thèse sous la direction de J. LARRIEU, Université Toulouse 1 Capitole, 2017, 493 p.

- **SORGHO (Z.),** *Protection des dénominations géographiques dans l'Union Européenne. Effectivité et analyse des effets sur le commerce.*, Thèse de Doctorat en études internationales. Québec, Canada : Université Laval, 2014, 385 p.

- **TALLON (A.),** *Les appellations d'origine*, Ed. Lacier, Coll. Concurrence et pratiques du marché, Bruxelles, 2015, 322 p.

- **VANDECANDELAERE (E.), ARFINI (F.), BELLETTI (G.), MARESCOTTI (A.)** (eds.), *Territoires, produits et acteurs locaux : des liens de qualité. Guide pour promouvoir la qualité liée à l'origine et des indications géographiques durables*, 2009, 194 p. Disponible en ligne : http://www.fao.org/docrep/013/i1760f/i1760f00.htm

- **VELLEY (S.),** *Droit administratif 2020/2021: Tout le cours et des conseils méthodologiques à jour des dernières réformes*, Ed. Vuibert, 2020, 360 p.

- **VITROLLES (D.),** *La promotion de l'origine au Brésil*, Thèse de doctorat de Géographie, Aménagement et Urbanisme sous la direction de C. DELFOSSE, Université Lumière Lyon 2, 2011, 353 p.

- **VIVEZ (J.)**, *Traité des Appellations d'Origine*, Paris, R. Pichon et R. Durand-Auzias, 1943, 189 p.

- **VOGEL (L.),** *Droit européen des affaires*, Précis, 2e éd. Dalloz., 2019, 1 041 p.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** *L'appellation d'origine*, Thèse sous la direction de J. RAYNARD, Université de Reims Champagne-Ardenne, 2004, 499 p.

- **WATAL (J.),** *Intellectual property rights in the WTO and developing countries*, Kluwer Law International, 2001, 528 p.

- **WATHELET (M.), WILDEMEERSCH (J.),** *Contentieux européen*, Bruxelles, Ed. Larcier, 2014, 972 p.

- **WATHELET (M.),** *Contentieux européen*, Ed. Larcier, Coll. de la Faculté de droit de l'Université de Liège, 2014, 976 p.

- **WTO**, *European Communities – Protection of trademarks and geographical indications for agricultural products and foodstuffs*, WT/DS174/R, 178 p. Disponible en ligne : https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf

- **YANNAKOPOULOS (C.),** *La notion de droits acquis en droit administratif français*, Thèse sous la direction de Y. GAUDEMET, Université Paris 2, 1995, 1 260 p.

- **ZÉNATI (F.),** *Essai sur la nature juridique de la propriété : contribution à la théorie du droit subjectif*, Thèse sous la direction de J. RUBELLIN-DEVICHI, Université Jean Moulin (Lyon), 1981, 887 p.

II. ARTICLES

- **ADDOR (F.), GRAZIOLI (A.),** « Geographical indications beyond Wine and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPS Agreement », *The journal of World Intellectual Property 5(6),* 2002.

- **ADER (B.),** « Le nom de domaine dans le paysage juridique français », *LEGICOM*, Vol. 21-22, n°1, 2000.

- **AGOSTINI (E.),** « Appellations d'origine contrôlée et marques (Pratique vinicole et Principes du droit) », in *Les activités et les biens de l'entreprise, Mélanges offerts à Jean Derruppé*, GLN éditions-Joly-Litec, 1991.

- **AHIEU (M.), «** L'interprétation du droit communautaire »*,* in M. Van De Kerchove (sous la dir.), *L'interprétation en droit. Approche pluridisciplinaire,* Publications des Facultés universitaires Saint-Louis, Bruxelles, 1978.

- **ALBERTINI (T.), BERENI (D.), LUISI (G.),** « Une approche comparative des pratiques managériales de la Marque Territoriale Régionale », *Gestion et management public*, 2017/2 (Vol. 5 / n°4).

- **AL SHAMMARI (M.), HATTAB (R.),** « La notoriété de l'appellation d'origine et du nom commercial, deux signes distinctifs. Étude comparée de droit français et jordanien », *Arab Law Quarterly*, Vol. 26, n°1, 2012.

- **ARANDA (N.),** « Le sui generis : un paradoxe pour la représentation du droit ? »*,* in N. Nicod (sous la dir.), *Les affres de la qualification juridique*, Ed. Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, Toulouse, 2015.

- **AUDIER (J.),** « Mondialisation et indications géographiques : Applications nationales de l'accord ADPIC », *Propriétés Intellectuelles*, Janvier 2008.

- **AUDIER (J.),** « Indications géographiques et mondialisation », in III° Forum europeo sulla qualita alimentare, Madrid, 27-28 novembre 2006.

- **AUDIER (J.),** « Indications géographiques : le virus « générique », *Propriété intellectuelles*, n°8, Juillet 2003.

- **AUDIER (J.),** « Accord ADPIC, indications géographiques », Luxembourg : Office des publications officielles des Communautés européennes, 2000.

- **AUDIER (J.),** « Génériques et semi-génériques », *Bull. OIV,* n°809-810, 1998.

- **AUDIER (J.),** « Aspects juridiques des terroirs », in *Simposio Territorio & Vino, Siena (Italia),* 1998.

- **AUDIER (J.),** « De la nature juridique de l'appellation d'origine », *Bull. OIV*, n°743-744, 1993, Vol. 66.

- **AUDIER (J.),** « Pour une qualification juridique internationale de l'appellation d'origine », *Bull OIV n°743-744*, 1993.

- **BAHANS (J.-M.), MENJUCQ (M.),** « Droit vitivinicole - Un an de jurisprudence en droit de la vigne et du vin (2013 – 2014) », *Revue de droit rural,* n°429, Janvier 2015, chron. 1.

- **BAHANS (J.-M.),** « La réforme de l'étiquetage des vins », *Revue de droit rural*, n°378, Décembre 2009, étude 15.

- **BAHANS (J.-M.),** « La réforme du droit des appellations d'origine », in *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin – Histoire et actualité du droit*, Ed. Féret, Bordeaux, 2008.

- **BARTHE (F.),** « La notion de détournement de la notoriété d'une appellation d'origine en matière d'autorisations de plantation ou de replantation », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

- **BARTHE (F.),** « L'harmonisation des signes de qualité », *Revue de droit rural,* n°396, Octobre 2011, dossier 21.

- **BARTHE (F.),** « Marque vinicole et revendication d'origine géographique », *Revue de droit rural,* n°387, Novembre 2010, comm. 121.

- **BEAUREGARD (G.),** « Les indications géographiques au service de la communauté : les produits alimentaires », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, Vol. 20, n°1, 2008.

- **BEEBE (B.), FROMER (J.-C.),** "Are we running out of trademarks ? An empirical study of trademark depletion and congestion", *Havard Law Review*, Vol. 131, n°4, Février 2018.

- **BENTLY (L.), SHERMAN (B.),** "The Impact of European Geographical Indications on National Rights in Member States", *Trademark Reporter*, Juillet-Août 2006, Vol. 96, n°850.

- **BEZZINA (C.),** « 2004-2014 : les dix ans de la jurisprudence AC ! », *Revue française de droit administratif*, Dalloz, 2014.

- **BERNAULT (C.), COLLART DUTILLEUL (C.),** « Articulation du droit national, communautaire et international des signes de qualité : l'approche européenne », Aspects juridiques de la valorisation des denrées alimentaires, Communication dans le cadre du Colloque du programme Lascaux « La valorisation des produits agricoles : approche juridique », à San Jose (Costa Rica) les 28 et 29 novembre 2010. Disponible en ligne : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01081945/document

- **BILLIOQUE (O.),** « La protection internationale des indications géographiques et appellations du vin, élément essentiel à la survie des terroirs nationaux dans le

commerce international », *Journal de l'arbitrage de l'Université de Versailles*, n°1, Octobre 2013, 4.

- **BINCTIN (N.),** « Mise en conformité des marques collectives et des marques collectives de certification », *Propriété industrielle n°7-8*, Juillet 2020, comm. 45.

- **BINCTIN (N.),** « Marque collective et marque de garantie – Ordonnance et décret d'application issus de la transposition du « Paquet Marques », *Communication – Commerce électronique,* n°5, Mai 2020.

- **BLAKENEY (M),** "Geographical Indications and TRIPS", in *Occasional Paper 8, Friends World Committee for Consultation, Quaker United Nations Office (QUNO),* Geneva, 2001.

- **BOISSARD (S.),** « Comment garantir la stabilité des situations juridiques individuelles sans priver l'autorité administrative de tous moyens d'action et sans transiger sur le respect du principe de légalité ? Le difficile dilemme du juge administratif », *Cahiers du Conseil constitutionnel*, n°11 (Dossier : Le principe de sécurité juridique), Décembre 2001.

- **BOIZARD (M.),** « La protection du patrimoine culturel sous l'angle des droits français et de l'Union des indications géographiques et des appellations d'origine protégées : état des lieux et perspectives », in *Revue juridique de l'Ouest*, n° Spécial 2012-1, Environnement et patrimoine culturel. Approche comparée : droits brésilien, français et de l'Union européenne.

- **BONET (G.),** « Des cigarettes aux parfums, l'irrésistible ascension de l'appellation d'origine Champagne vers la protection absolue – Après l'arrêt de la Cour de cassation du 18 février 2004 », *Propriétés Intellectuelles*, Octobre 2004, n°13.

- **BONET (G.),** « La protection des marques notoires dans le Code de la propriété intellectuelle », in *Écrits* en hommage à J. FOYER auteur et législateur Legestulit, jura docuit, PUF, 1997.

- **BONET (G.),** « La marque constituée par un nom géographique en droit français », *La Semaine Juridique Entreprise et Affaires n°50*, 13 décembre 1990, 15931.

- **BONET (G.),** « La marque constituée par un nom géographique en droit français », Rapport au Colloque organisé le 26 avril 1990 par l'ADIP II, JCP 1990, éd. Ent II n°15931.

- **BOST (K.),** « La tromperie en droit des marques », *Propriété industrielle n°11*, Novembre 2020, étude 25.

- **BOUCHE (N.),** « Les indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux », *Propriété industrielle n°4*, Avril 2016, étude 7.

- **BOUCHE (N.)** « La déchéance de la marque devenue déceptive », *RJDA 2002*.

- **BOUCHE (N.),** « L'objet spécifique du droit de marque », *D. affaires*, 2000.

- **BOURDEAU (L.), MARTIN (S.),** « Le conflit entre marques et indications géographiques : la notion d'évocation et sa mise en œuvre par les instances européennes », in Th. Georgopoulous (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

- **BOUVERESSE (A.),** « Libre circulation des marchandises - Conflit entre une IGP et une marque », *Europe n°2*, Février 2011, comm. 49.

- **BOYER-PAILLARD (D.),** «Essai sur les notions d'origine et de provenance en droit du commerce : la reconnaissance juridique des « territoires des productions typiques » », *Revue de droit rural*, n°435, Août 2015, étude 16.

- **BOZE (J.-C.)**, « L'*American Viticultural Area*, appellation d'origine imparfaite ? », *Cahiers de propriété intellectuelle*, Montréal, Vol. 16, n°3, Mai 2004.

- **BRANLARD (J.-P.),** « Droit européen : harmonisation ou uniformisation de nos assiettes ? », in C. Arnaud, C. Aurerin, N. Blanc et al. (sous la dir.), *Droit(s) et gastronomie*, Éditions Mare & Martin, Coll. Libre Droit, 2018.

- **BRUGUIÈRE (J.-M.), DUMONT (F.),** « La question prioritaire de constitutionnalité dans le droit de la propriété intellectuelle », *Communication Commerce électronique*, n°5, Mai 2010, étude 10.

- **BRUGUIÈRE (J.-M.), NISATO (V.),** « Les dénominations géographiques et le consommateur », *Revue Lamy Droit des Affaires (Supplément)*, n°77, Décembre 2004.

- **CARON (C.),** « De l'usage non fautif d'une marque en tant que mot du langage courant dans un journal », *Communication Commerce électronique*, n°5, Mai 2017, comm. 41.

- **CARON (C.), «** La terrible déchéance pour dégénérescence de la marque », *Communication Commerce électronique*, n°5, Mai 2014, comm. 44.

- **CARON (C.),** « Déceptivité pour amateurs de cigares et de vins », *Communication Commerce électronique n°1*, Janvier 2008, comm. 4.

- **CASSAGNABERE (H.),** « Le juge du droit de l'Union et la modulation dans le temps », *Les nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel*, n°54, 2017.

- **CASSIA (P.),** « La sécurité juridique, un « nouveau » principe général du droit aux multiples facettes », *Recueil Dalloz*, 2006.

- **CHALTIEL (F.),** « La protection de l'identité des produits en Europe À propos des règlements européens de 2006 », *Contrats Concurrence Consommation*, n°7, Juillet 2006, étude 16.

- **CHAMBOLLE (C.), GIRAUD-HERAUD (E.),** « Certification de la qualité par une AOC: un modèle d'analyse », *Economie et Prévision 2003/3*, n°159.

- **CHARLIER (C.),** « La protection européenne des indications géographiques face au principe du traitement national de l'OMC », *Économie rurale*, 299, Mai-Juin 2007.

- **CHEVER (T.), RENAULT (C.), RENAULT (S.), ROMIEU (V.) (AND International),** Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI), Octobre 2012. Disponible en ligne : http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

- **COLLET-PARIZOT (A.),** « Vin et terroir(s) : une identité entre mythe et réalité », in *Revue ¿ Interrogations ?, Vino Humanitas. Des usages du vin dans les sociétés*, n°29, Décembre 2019.

- **Commission européenne**, « Livre vert - Tirer le meilleur parti des savoir-faire traditionnels européens : vers une extension possible de la protection des indications géographiques de l'Union européenne aux produits non agricoles », Bruxelles, COM(2014) 469 final, 15 juillet 2014. Disponible en ligne : https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0469&from=FR

- **Commission européenne**, Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, « Vers un marché unique des droits de propriété intellectuelle Doper la créativité et l'innovation pour permettre à l'Europe de créer de la croissance économique, des emplois de qualité et des produits et services de premier choix », 24 mai 2011, COM(2011) 287 final. Disponible en ligne : https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0287:FIN:FR:PDF

- **Commission des Communautés Européennes**, « Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au comité des régions sur la politique de qualité des produits agricoles, Commission des Communautés Européennes », 28.5.2009 COM(2009) 234 final, 28 mai 2009. Disponible en ligne : https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2009)0234_/com_com(2009)0234_fr.pdf

- **Commission des Communautés Européennes**, « Livre Vert Sur La Qualité Des Produits Agricoles : Normes de Commercialisation, Exigences de Production et Systèmes de Qualité », 15 octobre 2008 (COM(2008) 641 final). Disponible en ligne : http://www.arepoquality.eu/sites/arepoquality.eu/files/Livre%20Vert%20FR.pdf

- **DAMBRAUSKAITE (A.),** « Le *principe de la rétroactivité de la nullité des actes juridiques et ses tempéraments », Jurisprudencija*, 2007, Nr. 4(94).

- **DAS (K.)** (2010). Geographical Indications at the WTO: An Unfinished Agenda. Discussion Paper, N°162, Research and Information System for Developing Countries, 82.

- **DEBRINCAT (M.),** « Analyse de décisions récentes du Conseil d'Etat sur l'application du règlement AOP/IGP », *Revue de droit rural*, 2001.

- **DEDEIRE (M.), TOZANLI (S.), «** Les paradoxes des distances dans la construction des identités alimentaires par acculturation », *Anthropology of food*, S3, Décembre 2007.

- **DELAGE (J.-N.), LAPIERRE (M.-J.),** « Buvons un dernier verre de champagne canadien », *Cahiers de propriété intellectuelle*, 2005, Vol. 17, n°1.

- **DENIS (D.),** « Chronique droit de la vigne et du vin », *Revue de droit rural*, 1993, n°214.

- **DENIS (D.),** « Appellation d'origine et indication de provenance », Coll. Connaissance du droit, *Dalloz*, 1995.

- **DERNONCOURT (C.),** « Marques et collectivités territoriales : enregistrement et protection contre les usurpations en droit européen et en droit français », *Propriété industrielle*, n°7-8, Juillet 2014, étude 18**.**

- **DI LAURO (A.),** « Les atouts et les incertitudes du règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires », in *Revue européenne de droit de la consommation*, 2014, 2.

- **DUBOS (O.),** « Les pouvoirs de la Commission dans l'attribution des appellations d'origine : la co-administration au service de la qualité », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

- **DUBOS (O.), MELLERAY (F.),** « La modulation dans le temps des effets de l'annulation d'un acte administratif », *Droit Administratif n° 8/9*, Août 2004, étude 15.

- **DURRANDE (S.),** « La boussole et la boule de cristal – Quelques observations sur le choix d'un nom géographique comme marque », *Droits de propriété intellectuelle. Mélanges Liber Amicorum Georges Bonet*, Litec, 2010.

- **DUTHEIL DE LA ROCHERE (J.),** « Droit au juge, accès à la justice européenne », *Pouvoirs*, Vol. 96, n°1, 2001.

- **EL HERFI (R.),** « Les principes de confiance légitime et de sécurité juridique en droit européen. Interprétation et portée en droit de l'Union européenne et en droit de la Convention européenne des droits de l'Homme », *Service de documentation, des études et du rapport de la Cour de cassation, Bureau du droit européen*, 27 octobre 2015.

- **EUIPO**, *Infringement* of *Protected Geographical Indications* for *Wine, Spirits, Agricultural Products and Foodstuffs* in the *European Union »,* Avril 2016. Disponible en ligne : https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/Geographical_indications_report/geographical_indications_report_en.pdf

- **European Commission**, *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on agricultural product quality schemes*, COM 2010/733 final, 2010. Disponible en ligne :

https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0733_/com_com(2010)0733_en.pdf

- **European Court of Auditors**, *Do the Design and Management of the Geographical Indications Scheme Allow It to Be Effective?*, Special Report 11, 2011. Disponible en ligne : https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/34c80c73-a6f9-4c28-99cd-16b79b1d1df4

- **FEREDJ (R.),** *O.P.A sur la viticulture – Entre fatalité et espoir*, Ed. Féret, 2007.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Steirisches Kürbiskernöl : l'usage de marques consistant en des indications géographiques protégées », *Propriété industrielle*, n°1, Janvier 2020, comm. 3.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Adegaborba : propriétés facilement reconnaissables et caractère descriptif », *Propriété industrielle*, n°2, Février 2019, comm. 12.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Pallas Halloumi : risque de confusion et marque de certification », *Propriété industrielle n°10*, Octobre 2018, comm. 59.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Port Charlotte : appellations d'origine et protection exclusive par le droit de l'Union européenne », *Propriété industrielle*, Novembre 2017, n°11.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Gözze : marques de certification et fonction essentielle », *Propriété industrielle,* n°9, Septembre 2017, alerte 52.

- **FOLLIARD-MONGUIRAL (A.),** « Arrêt Port Charlotte : protection nationale des appellations d'origine », *Propriété industrielle*, n°1, Janvier 2016, comm. 4.

- **FONTAINE (B.), PACAUD (N.),** « Rencontre du troisième type : la marque de certification de l'Union européenne », *Propriété intellectuelle*, n°11, Novembre 2017, étude 28.

- **FONTAINE (B.),** « L'indisponibilité résultant d'un conflit avec une indication géographique », *Europe*, n°11, Novembre 2016, 2.

- **FONTAINE (B.),** « L'opposabilité des indications géographiques dans le système de la marque communautaire : une course d'obstacles ? », *Propriété industrielle,* n°12, Décembre 2014, étude 26.

- **FONTAINE (B.),** « La défense des indications géographiques protégées à titre de marques communautaires collectives. – Quelques réflexions inspirées du jugement du Tribunal de l'Union européenne du 9 juin 2010. », *Propriété industrielle,* n°2, Février 2011, étude 4.

- **FONTAINE (B.),** « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », *Propriété industrielle*, n°11, Novembre 2009, étude 20.

- **FOURGOUX-JEANNIN (M.-V.),** « Indication géographique et droit des marques. Conflits et combinaisons », *Revue de droit rural*, n°237, Novembre 1995.

- **FOYER (J.)**, « Commentaire de la loi du 4 janvier 1991 », *ALD 1991*, n°12.

- **FOUKS (V.)** (INAO), « Quand est-ce qu'une Indication Géographique « nouvelle » pourrait remplacer une marque préexistante, ou le contraire ? », AIDV, Bulletin d'information n°34, Octobre 2004.

- **FROMONT (M.),** « Le principe de sécurité juridique », *A.J.D.A.* 1996.

- **GADBIN (D.),** « Le système communautaire des indications géographiques, rattrapé par le droit des marques : la Commission consulte », *Revue de droit rural*, n°367, Novembre 2008, repère 9.

- **GELATO (P.),** « Le nouveau paquet marques : première lecture de la transposition en Italie », *Propriété industrielle n°1*, Janvier 2020, étude 2.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « Les marques vitivinicoles à l'aune des spécificités du vin – Leçons de la jurisprudence européenne *»*, in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Marques vitivinicoles et appellations d'origine – Conflits, mimétismes et nouveaux paradigmes*, Editions Mare & Martin, Vol. 6, 2019.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « L'insoutenable légèreté du goût », *Revue de droit rural*, n°473, Mai 2019, comm. 60.

- **GEORGOPOULOS (Th.), «** Un sorbet d'hiver au goût amer... L'AOP « Champagne » comme ingrédient pour une recette commerciale réussie », *Revue de droit rural*, n°461, Mars 2018, comm. 64.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « Marques vinicoles renommées et AOP : l'imbroglio de « Vega Sicilia », *Revue de droit rural*, n°456, Octobre 2017.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « La protection européenne des appellations d'origine sous tempête espagnole. - L'affaire « Champin » et la question des appellations « notoires », *Revue de droit rural*, n°452, Avril 2017, étude 15.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « L'export du vin », *Revue de droit rural*, n°419, Janvier 2014, dossier 5.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « L'européanisation de la notion juridique de terroir », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « Les marques commerciales nationales à l'épreuve des indications géographiques européennes À propos de l'affaire du « cognac » finlandais (CJUE, 1re ch., 14 juill. 2011, aff. jtes C-4/10 et C-27/10, Bureau national interprofessionnel du Cognac) », *Revue de droit rural*, n°401, Mars 2012, étude 4.

- **GEORGOPOULOS (Th.)**, « Champagne.co : les limites de la protection d'une AOC », *Revue de droit rural*, n°401, Mars 2012, comm. 28.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « La protection renforcée des appellations d'origine à l'égard des marques viticoles À propos de l'arrêt « Abadía Retuerta » du Tribunal de l'Union européenne », *Revue de droit rural*, n°387, Novembre 2010, étude 28.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « Le contentieux de la délimitation géographique des AOC », *Droit Administratif*, n°4, Avril 2010, comm. 48.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « Les AOC entre notoriété et confusion Le contentieux autour des vins (Quarts de) Chaume », *Revue de droit rural*, n°381, Mars 2010, étude 5.

- **GEORGOPOULOS (Th.),** « L'annulation du classement des vins « Saint-Émilion grand cru », *La Semaine Juridique Administrations et Collectivités territoriales n°1-2*, 5 Janvier 2009, 2000**.**

- **GEVERS (F.),** "Feta: death and resurrection of a GI", *BMM Bulletin*, 2006.

- **GEVERS (F.),** « L'imbroglio dans la confusion. Le conflit entre les appellations d'origine et les marques », in *X, Jura Vigilantibus, Antoine Braun, les droits intellectuels, le barreau*, Bruxelles, Larcier, 1994.

- **GOURGUECHON (N.),** « Affaire Queso Manchego et réglementation des AOP : vers un renforcement des prérogatives des titulaires de droits », *Propriété intellectuelle*, 3 septembre 2019.

- **HERMITTE (M.-A.),** « Les appellations d'origine dans la genèse des droits de propriété intellectuelle », *Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement*, 2001, 32.

- **HINNEWINKEL (J.-C.),** « Les AOC dans la mondialisation », *Anthropology of food*, Décembre 2004.

- **HOURSON (S.),** « Modulation dans le temps des effets d'une décision de rejet, Commentaire sous CE Sect., 27 octobre 2006, Société Techna SA et autres, requête numéro 260767 : rec. p. 451 », *Revue générale du droit on line*, n°1877, 2008.

- **HUGHES (J.),** "The Spirited Debate Over Geographic Indications", Law Review 2003.

- **HUMBERT (F.),** « Ça tourne au vinaigre pour le terroir »*, Que choisir*, n°451, Septembre 2007.

- **IL (L.),** « Le principe de confiance légitime serait-il entré en droit public interne ? », *Les petites affiches*, n°123, 2017.

- **ILBERT (H.),** « Le marquage des terroirs par les indications géographiques : politiques internationales et stratégies nationales en Méditerranée », in *Les Produits de Terroir, les Indications Géographiques et le Développement Local Durable des Pays Méditerranéens*, Montperllier : CIHEAM, 2009.

- **KAMPERMAN-SANDERS (A.), MANIATIS (S.),** "A consumer trade-mark: Protection based on origin and quality", *EIPR 1993*, n°11.

- **KERR (W.-A.),** "Enjoying a Good Port with a Clear conscience: Geographic Indicators, Rent Seeking and Development*". The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 7(1), 2006.

- **LAVERGNE (B.),** « Titre second. Une réception perturbatrice de l'ordre juridique », in *Recherche sur la soft law en droit public français,* Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole, 2013.

- **LE BLAYE (A.),** « Noms géographiques et marques », *LEGICOM 2010/1 (N°44).*

- **LE GOFFIC (C.),** « Dégénérescence des indications géographiques: où situer le point de non-retour », *Revue de droit rural,* n°424, Juin 2014, étude 11.

- **LE GOFFIC (C.),** « La marque de nature collective fait-elle bon ménage avec l'indication géographique », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

- **LE GOFFIC (C.),** « AOP - Le parmesan, c'est râpé! (Commentaire de l'arrêt de la CJCE du 26 février 2008) », *Propriété industrielle*, n°7-8, Juillet 2008, étude 16.

- **LE GOFFIC (C.),** « Retour sur le cas du « Champagne soviétique » (commentaire de l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 25 avril 2007) », *Propriété industrielle*, n°4, Avril 2008, étude 7.

- **LAVIALLE (C.), «** L'opposition à la délimitation d'une appellation d'origine viticole ne saurait être diluée », *Revue de droit rural*, n°424, Juin 2014, comm. 130.

- **LEBEL (C.),** « Champagne Henriot : lorsque l'homonymie est conforme à l'article L. 713-6 du Code de la propriété intellectuelle », *Revue de droit rural*, n°395, Août 2011, comm. 107

- **LEBEL (Ch.), «** La modification des dispositions réglementaires des produits agricoles et alimentaires par le décret n°2010-899 du 30 juillet 2010 », *Revue de droit rural*, n°386, Octobre 2010, alerte 119.

- **LEGOUY (F.), DALLOT (S.),** « Les AOC en France des débuts à nos jours : la complexité d'une construction dans l'espace et dans le temps», *Mappemonde* 125, 2019.

- **LE STANC (C.),** « Homonymie et droits antérieurs », *Propriété industrielle*, n°3, Mars 2017, repère 3.

- **LE TALLEC (G.),** « La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques », in *Mélanges dédiés à Paul Mathély*, Litec 1990.

- **LOUBARESSE (E.), PESTRE (F.),** « Les leviers de performance d'une stratégie collective : une analyse des filières vitivinicoles en Val de Loire, en Champagne et

en Languedoc-Roussillon », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, Vol. 123, n°1, 2016.

- **LORVELLEC (L.),** « La protection internationale des signes de qualité », in *Ecrits de droit rural et agroalimentaire*, Dalloz, Paris, 2002.

- **LORVELLEC (L.),** « Réponse à l'article du Professeur Jim Chen (Appellations d'origine) », *Revue de droit rural*, 1997, 249.

- **MAGNON (X.),** « La modulation des effets dans le temps des décisions du juge constitutionnel », In *Annuaire international de justice constitutionnelle*, 27-2011, 2012. Juges constitutionnels et Parlements - Les effets des décisions des juridictions constitutionnelles.

- **MALAURIE-VIGNAL (M**.), « Une nouvelle affaire Champagne pour du foie gras, de la pintade et de la gigolette d'oie ! », *Contrats Concurrence Consommation*, n°2, Février 2015, comm. 32.

- **MANDEL (O.),** « Pourquoi vendre un sorbet sous le nom de « sorbet au champagne » pourrait-il bientôt devenir illégal ? », 2017.

- **MANTROV (V.),** "EU Law on Indications of Geographical Origin: Theory and Practice", *Springer International Publishing AG*, 2014.

- **MARIE (A.),** « Marques collectives, marques de certification et règlement d'usage », *Communication Commerce électronique n°5*, Mai 2019, prat. 7.

- **MARIE-VIVIEN (D.), THÉVENOD-MOTTET (E.),** « Une décision de l'organe de règlement des différends de l'OMC, Quels impacts pour la protection internationale des indications géographiques ? », *Économie rurale*, n°299, Mai-Juin 2007.

- **MARTIN (S.),** « Protection des indications géographiques et droit des marques de l'UE en 2017 », *Jus Vini*, 2018, p. 115 et s., sp.

- **MEGRET (J.),** « La spécificité du droit communautaire », in *Revue internationale de droit comparé*, Vol. 19, n°3, Juillet-Septembre 1967.

- **MOUSSERON (P.), AUBERT (S.), BADJI (M.), BENTO DE CARVALHO (L.), BRES (A.), et al.,** « Valoriser les usages : Approches... », *Institut des usages*, Collection Droit des usages, 2020.

- **NADON (J.-F.), BOZE (J.-C.),** « Pourquoi Médoc n'est plus une appellation générique au Canada ? », *Les Cahiers de Propriété Intellectuelle*, Vol.17, n°1, 2005.

- **NASLES (O.),** « Huile d'olive française la bataille de l'origine est gagnée et maintenant ? »*, OCL,* Vol. 21, n°5, Article n°502, Septembre – Octobre 2014.

- **NAUGES (C.), HADJ ALI (H.),** « Vente en primeur et investissement : une étude sur les grands crus de Bordeaux », in *Économie & prévision*, n°159, 2003-3.

- **NGO (M.-A.),** « La protection des indications géographiques : les enjeux du mandat de Doha », *Économie rurale*, Juillet-Octobre 2006.

- **NGUYEN THANH-BOURGEAIS (D.),** « La certification de qualité des produits agro-alimentaires », *Contrats-Concurrence-Consommation*, Juris-Classeur, Janvier 1998, chron. 1.

- **NOBLOT (C.),** « La protection des consommateurs contre la fraude : l'étiquetage du champagne », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *La Champagne viticole : quelles spécificités juridiques ?*, Editions Mare & Martin, 2012.

- **OLSZAK (N.),** « Du poivre, oui ; du champagne, non... en tout cas sur l'étiquette ! », *Revue de droit rural*, n°431, Mars 2015, comm. 36

- **OLSZAK (N.),** « Une demande d'annulation d'une indication géographique protégée de bière », *Propriété industrielle*, Janvier 2013, n°1.

- **OLSZAK (N.),** « Acteurs et méthodes de la politique de qualité du produit agricole - Rapport de synthèse », *Revue de droit rural*, n°396, Octobre 2011, dossier 24.

- **OLSZAK (N.),** « Appellations d'origine et indications de provenance », *Répertoire Dalloz de droit commercial, Répertoire Dalloz de droit pénal*, 2003, 47 p. et nouv. édition, Octobre 2008.

- **OLSZAK (N.),** « Les nouveaux règlements européens sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties », *Revue de droit rural*, n°343, Mai 2006, étude 19.

- **OLSZAK (N.),** « L'appellation d'origine, un bien sublime ? », in *Mélanges Philippe Simler*, Dalloz & Litec, Paris, 2006.

- **OLSZAK (N.),** « Les appellations d'origine et les négociations internationales », (Communication au Congrès de l'ATRIP, Montréal, 12 juillet 2005), in Y. Gendreau (sous la dir.), *Propriété intellectuelle : entre l'art et l'argent – Intellectual Property : Bridging Aesthetics and Economics*, Montréal, Thémis, 2006.

- **PACTEAU (B.),** « La sécurité juridique, un principe qui nous manque ? », *A.J.D.A*., n° spécial, 1995.

- **PAHPY (L.),** « Comment rétablir la compétitivité de la viticulture française Les propositions de l'IREF », Rapport de l'IREF (Institut de recherches économiques et fiscales), 15 novembre 2017.

- **PEGAZ (C.),** « La défense de l'AOC », *Revue Lamy Droit des Affaires*, 2004.

- **PEROT-MOREL (M.-A.),** « Notoriété et renommée. Unité ou dualité de concept en droit des marques ? », in *Mélanges offerts à J.J. BURST*, Litec, 1997.

- **PETIT (Y.),** « Halloumi contre Bbqloumi : risque de confusion ? », *Revue de droit rural*, n°487, Novembre 2020, comm. 186.

- **PETIT (Y.),** « Opposition entre une AOP pour les vins et une marque de l'Union européenne », *Revue de droit rural,* n°463, Mai 2018, comm. 88.

- **PETIT (Y.),** « CJUE, 21 janvier 2016, aff. C-75/15, Viiniverla », *Revue de droit rural 2016*, comm. 211.

- **PETIT (Y.),** « L'appellation d'origine protégée «Vinohradnícka oblast' Tokaj » peut être inscrite dans la base de données E-Bacchus », *Revue de droit rural*, n°425, Août 2014, comm. 170.

- **PICOD (F.),** « Qu'importe la denrée, pourvu qu'on ait le champagne… », *La Semaine Juridique Edition Générale,* n°4, 22 Janvier 2018, 84.

- **PIATTI (M.-Ch.),** « L'appellation d'origine. Essai de qualification », *RTD com.,* 1999.

- **PICOD (F.),** « La marque Voodoo est distinctive… », *La Semaine Juridique Edition Générale,* n°48, 24 Novembre 2014, 1224.

- **POLLAUD-DULIAN (F.),** « L'ordre public, la dignité humaine et les bonnes mœurs dans le droit de la propriété intellectuelle », *LEGICOM*, Vol. 53, n°2, 2014.

- **POLLAUD-DULIAN (F.),** « Marques de renommée : histoire de la dénaturation d'un concept », *Propriétés Intellectuelles*, n°1, 2001.

- **POMEON (T.), BOUCHER (F.), CERVANTES ESCOTO (F.),** « Appellation d'origine ou appellation générique : le cas du fromage Cotija au Mexique », *Ethique et économique,* 6 (2), 2009.

- **POUYET (B.), OLLIVIER (V.),** « Réglementations sur l'étiquetage et la présentation des huiles d'olive », *OCL* 2014, 21(5) D508.

- **RANGNEKAR (D.),** "The use and application of geographical indications: the case of Darjeeling tea", in *Guide to Geographical Indications: Linking Products and their Origins*, édité par D. Giovannucci. International Trade Centre, Genève, 2010.

- **REDDY (M.), TERBLANCHE (N.),** "How Not to Extend Your Luxury Brand", *Harvard Business Review*, 83 (12), 2005.

- **RICARD (D.), RIEUTORT (L.),** « Les processus récents de valorisation de la qualité et de l'origine des produits agroalimentaires : marques territoriales ou labels ? », in M. Fournier (sous la dir.), *Labellisation et mise en marque des territoires*, Presses Universitaires Blaise Pascal, CERAMAC 34, 2014.

- **RIGAUX (A.),** « Appellations d'origine protégées », *Europe n°7*, Juillet 2019, comm. 270.

- **RIGAUD (S.), MONTEIRO (J.),** « Transposition du « Paquet marques » et réforme du Code de la propriété intellectuelle », *La Semaine Juridique Edition Générale n°52*, 23 décembre 2019, 1358.

- **ROBBE (F.),** « Les cahiers des charges des signes de qualité : élaboration et contrôle », *Revue de droit rural*, n°436, Octobre 2015, dossier 15.

- **ROBBE (F.),** « Le cahier des charges, support juridique des signes de qualité », *Revue de droit rural*, n°396, Octobre 2011, dossier 18.

- **ROCHARD (D.),** « Appellation d'origine contrôlée : n'est pas Champagne qui veut », *Revue de droit rural*, n°6, Juin 2005, comm. 224.

- **ROCHARD (D.),** « Retour vers les origines…géographiques », *Revue de droit rural*, n°5, Mai 2005, étude 6.

- **ROCHARD (D.),** « De la difficulté de qualifier un terme de générique ! À propos de l'arrêt rendu par le Conseil d'État le 5 novembre 2003 (Synd. de défense et de promotion des fabricants et affineurs du Morbier et a., n°230438 et n°230796) », *Revue de droit rural,* n°12, Décembre 2004, étude 5.

- **ROUDIE (P.),** « Les appellations du vignoble bordelais », in *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest*, Tome 39, Fasc. 1, Toulouse, 1968.

- **RUZEK (V),** « Touche pas au Grana ! », *Revue de droit rural*, n°357, Novembre 2007, comm. 340.

- **RUZEK (V),** « La stratégie communautaire de la protection des indications géographiques en question », *Revue de droit rural*, n°373, Mai 2009, étude 7.

- **RUZEK (V.),** « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », Ing.-Cons, 2009.

- **SCHMIDT-SZALEWSKI (J.),** « Pas de "parmesan" d'Italie en France ! », *Propriété industrielle*, n°6, Septembre 2002, comm. 64.

- **SCHMIDT-SZALEWSKI (J.),** « La protection des noms géographiques en droit communautaire », *La Semaine Juridique Entreprise et Affaires,* n°44, 30 Octobre 1997, 703.

- **SCHMIDT-SZALEWSKI (J.),** « Protection communautaire des dénominations géographiques », *Propriété industrielle*, 6, Juin 2009.

- **SIMON (D.),** « Protection juridictionnelle effective », *Europe*, n°3, Mars 2020, comm. 88.

- **SIMON (D.),** « La guerre du « Streusel » n'aura pas lieu », *Europe*, n°12, Décembre 2015, comm. 505.

- **SONG (X.),** « La protection cumulative des indications géographiques par le droit sui generis et par le droit des marques en Chine », *Propriété industrielle*, n°5, Mai 2018, étude 15.

- **SOULAS DE RUSSEL (D.), RAIMBAULT (P.),** « Nature et racines du principe de sécurité juridique : une mise au point », in *Revue internationale de droit comparé*, Vol. 55, n°1, Janvier-Mars 2003.

- **STERN (S.) (Corrs Chamber Westgarth),** « Les conflits entre Indications Géographiques et marques de fabrique et leurs éventuelles résolutions », AIDV, Bulletin d'information n°34, Octobre 2004.

- **TAVERNIER (P.),** « Le juge communautaire et l'application dans le temps des règlements C.E.E. », in *Annuaire français de droit international*, Vol. 22, 1976.

- **TERNEYRE (P.), De BECHILLON (D.),** « Le Conseil d'État, enfin juge ! », *Pouvoirs*, Vol. 123, n°4, 2007.

- **THEVENOD-MOTTET (E.),** "The Protection of Geographical Indications in Multilateral Systems: A Cultural Clash", Communication au 1er colloque international du réseau DOLPHINS, Florence, Italie, 10-12 septembre 2001.

- **TILLOY (C.),** « Appellations d'origine et marques viticoles à l'épreuve de l'organisation commune des marchés », in Th. Georgopoulos (sous la dir.), *Les Appellations vitivinicoles à l'épreuve de l'intégration européenne*, Editions Mare & Martin, 2014.

- **TRÉFIGNY (P.),** « Ni la référence au défaut d'intérêt à agir, ni à des justes motifs n'y font... Déchéance ! », *Propriété industrielle* n°9, Septembre 2019, comm. 47.

- **TRÉFIGNY (P.),** « L'usage de la marque, sa qualification et sa portée... », *Propriété industrielle n°11*, Novembre 2014, comm. 75.

- **TREFIGNY (P.),** « Byblos, grande cité phénicienne, et marque bien valable ! », *Propriété industrielle*, n°6, Juin 2004, comm. 53.

- **TREFIGNY (P.),** « Méli-mélo de jambon et lard, façon Marques et AOC… », *Propriété industrielle*, n°4, Avril 2006, comm. 32.

- **TSIOURTOU (K.),** "Unravelling the story behind the Intellectual property of Halloumi Cheese; a 'State Affair' for Cyprus*"*, *Stockholm Intellectual Property Law Review*, Volume 2, Issue 2, December 2019.

- **VAN MEERBEECK (J.), VAN WAEYENBERGE (A.),** « Les conditions de recevabilité des recours introduits par les particuliers : Au cœur du dédale européen », in *Les innovations du Traité de Lisbonne – Incidences pour le praticien*, Bruylant, 2011.

- **VELILLA (P.),** « La PAC, l'OMC, et « son gouvernement des juges », *Revue de droit rural,* n°370, Février 2009, étude 3.

- **VIOT (C.), PASSEBOIS (J.),** « La marque de vin : définition et impact sur le consommateur », Colloque International de la Vineyard Data Quantification Society, Bordeaux, 2005.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** « Champagner Sorbet », une décision de mauvais goût », *La Semaine Juridique Edition générale*, n°6, 5 février 2018, 154.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** « La protection de l'appellation d'origine par l'action en contrefaçon », *Revue de droit rural*, n°439, Janvier 2016, étude 1.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** « L'usage et l'enregistrement d'une indication géographique d'une boisson spiritueuse précisés par la Commission », *Revue de droit rural,* n°419, Janvier 2014, comm. 4.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** « La guerre des camemberts est déclarée… – Des conséquences du mauvais usage de l'appellation d'origine », *Revue de droit rural*, n°406, Octobre 2012.

- **VISSE-CAUSSE (S.),** « Pour une défense cohérente de l'appellation d'origine - De la nécessité d'une qualification juridique respectant une institution des terroirs », *Revue de droit rural,* n°380, Février 2010, étude 2.

- **VIVANT (P.),** « Marque notoire et marque renommée : une distinction à opérer », *La Semaine Juridique – Edition entreprise et Affaires*, n°30, 24 juillet 2008.

- **VUIGNIER (R.),** « La marque territoriale : fonctions et enjeux de cet outil marketing », *Bulletin CEDIDAC*, 2016.

- **YAMTHIEU (S.), «** Représentativité des opérateurs et lieu de production des IGPIA **»**, *Propriété industrielle n°5*, Mai 2019, étude 12.

- **YVES (P.),** « Lemberg » et « Lembergerland », *Revue de droit rural*, n°440, Février 2016, comm. 57.

- **ZINDY (P.), HALAWANY-DARSON (R.), HAUWUY (A.),** « Perception et attitude des consommateurs vis-à-vis des produits de terroir : implications pour les fromages », in *INRA Productions Animales*, Paris, 2017, 30 (3).

III. RAPPORTS ET DOCUMENTS OFFICIELS

- Rapport au Président de la République relative à l'ordonnance 2019-1169 du 13 novembre 2019 relative aux marques de produits ou de services, JORF n°0264 du 14 novembre 2019, texte n°11. Disponible en ligne : https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000039373262/

- Communiqué de presse n°55/19 de la CJUE du 2 mai 2019, « L'utilisation de signes figuratifs évoquant l'aire géographique à laquelle est liée une appellation d'origine protégée (AOP) peut constituer une évocation illicite de celle-ci ». Disponible en ligne : https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2019-05/cp190055fr.pdf

- Communiqué de presse n°139/17 de la CJUE du 20 décembre 2017, « Une glace peut être vendue sous la dénomination « Champagner Sorbet » si cette glace a, comme caractéristique essentielle, un goût généré principalement par le champagne ». Disponible en ligne : https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2017-12/cp170139fr.pdf

- Déclaration de la Grèce concernant la protection de l'appellation d'origine protégée (AOP) « Feta » dans le cadre de l'AECG : Déclarations à inscrire au procès-verbal du Conseil *(*JOUE L 11 du 14.1.2017, p. 9–22).

- Union pour l'Unité (U4U), « La gestion des effectifs à la Commission : entre pessimisme et colère », 6 avril 2016. Disponible à l'adresse : http://u4unity.eu/document2/EffectifGestion201601.pdf

- Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, « Vers un marché unique des droits de propriété intellectuelle Doper la créativité et l'innovation pour permettre à l'Europe de créer de la croissance économique, des emplois de qualité et des produits et services de premier choix », 24 mai 2011, COM(2011) 287 final (JOUE C 68 du 6.3.2012, p. 28–34).

- Agence Française de Développement & Fonds Français pour l'Environnement Mondial, *Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures*, *Savoirs communs n°9*, Juillet 2010.

- BIZET (J.), « Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale », Rapport de mission parlementaire auprès du Premier Ministre, Juin 2005. Disponible en ligne : https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/064000198.pdf

- Rapport du Groupe Spécial, Communautés Européennes – Protection des Marques et des Indications Géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, WT/DS174/R, 15 mars 2005 (05-0955).

- Rapport du Groupe Spécial, Communautés Européennes – Protection des Marques et des Indications Géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, WT/DS290/R, 15 mars 2005 (05-0936).

- Conseil national de l'alimentation, « Avis n°45 sur le développement des signes d'identification de la qualité et de l'origine des produits agricoles et alimentaires, nationaux et communautaires », 30 octobre 2003.

- Avis relatif à l'utilisation de la dénomination feta en France après l'enregistrement de cette dénomination en tant qu'appellation d'origine protégée, JORF n°218 du 20 septembre 2003, p. 16164, texte n°95.

- OMPI, « Les indications géographiques et le principe de territorialité », 9ème session, Genève, 11 – 15 novembre 2002.

- Question écrite n°769/96 de Jan MULDER (ELDR) à la Commission relatif à la protection des appellations d'origine géographique des produits agricoles, JO du 25 septembre 1996, N°C280.

- Travaux de l'AIPPI, Barcelone 1990 : « Protection des marques notoires non enregistrées et protection des marques de haute renommée », Ann. Propr. Ind., 1990, n°161.

ANNEXE 1

COMPILATION DES TEXTES JURIDIQUES EUROPEENS ENCADRANT LES AOP ET LES IGP

A. ***Dispositions législatives européennes concernant l'enregistrement***

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n° 1151/2012 Article 8 **Contenu de la demande d'enregistrement** 1. Une demande d'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique en vertu de l'article 49, paragraphe 2 ou 5, comprend au moins les éléments suivants: a) le nom et l'adresse du groupement demandeur et des autorités ou, s'ils sont disponibles, des organismes vérifiant le respect des dispositions du cahier des charges du produit; b) le cahier des charges du produit prévu à l'article 7; c) un document unique dans lequel figurent: i) les éléments principaux du cahier des charges du produit: la dénomination, une description du produit, y compris, le cas échéant, les règles spécifiques applicables à son conditionnement et à son étiquetage, ainsi qu'une description succincte de la	Règlement (UE) n° 1308/2013 Article 94 **Demandes de protection** 1. Les demandes de protection de dénominations en tant qu'appellations d'origine ou indications géographiques sont accompagnées d'un dossier technique comportant: a) la dénomination à protéger; b) le nom et l'adresse du demandeur; c) le cahier des charges visé au paragraphe 2; ainsi que d) un document unique résumant le cahier des charges visé au paragraphe 2. 2. Le cahier des charges permet aux parties intéressées de vérifier le respect des conditions de production associées à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique.	Règlement (UE) 2019/787 Article 23 **Contenu de la demande d'enregistrement d'une indication géographique** 1. Une demande d'enregistrement d'une indication géographique en vertu de l'article 24, paragraphe 5 ou 8, comprend au moins les éléments suivants: a) le nom et l'adresse du groupement demandeur et des autorités compétentes ou, s'ils sont disponibles, des organismes vérifiant le respect des dispositions du cahier des charges; b) le cahier des charges prévu à l'article 22; c) un document unique dans lequel figurent: i) les éléments principaux du cahier des charges, y compris la dénomination à protéger, la catégorie à laquelle la boisson spiritueuse appartient ou le terme «boisson spiritueuse», la méthode de production, une description des caractéristiques de la	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 10 **Teneur des demandes de protection** 1. Les demandes de protection de dénominations en tant qu'indications géographiques sont accompagnées d'un dossier technique comportant: a) la dénomination à protéger; b) le nom et l'adresse du demandeur; c) le cahier des charges visé au paragraphe 2; et d) un document unique résumant le cahier des charges visé au paragraphe 2. 2. Pour pouvoir bénéficier d'une indication géographique au titre du présent règlement, un produit doit satisfaire au cahier des charges correspondant, qui comprend au minimum: a) la dénomination à protéger;

délimitation de l'aire géographique; ii) une description du lien entre le produit et le milieu géographique ou l'origine géographique visés à l'article 5, paragraphe 1 ou 2, selon le cas, y compris, le cas échéant, les éléments spécifiques de la description du produit ou de la méthode de production justifiant le lien. Une demande visée à l'article 49, paragraphe 5, inclut en outre la preuve que la dénomination du produit est protégée dans son pays d'origine. 2. Le dossier de demande visé à l'article 49, paragraphe 4, comprend: a) le nom et l'adresse du groupement demandeur; b) le document unique visé au paragraphe 1, point c), du présent article; c) une déclaration de l'État membre indiquant qu'il estime que la demande déposée par le groupement demandeur et bénéficiant de la décision favorable remplit les conditions du présent règlement et les dispositions adoptées en vertu de celui-ci;	Le cahier des charges comporte au minimum les éléments suivants: a) la dénomination à protéger; b) la description du ou des vins: i) pour un vin bénéficiant d'une appellation d'origine, ses principales caractéristiques analytiques et organoleptiques; ii) pour un vin bénéficiant d'une indication géographique, ses principales caractéristiques analytiques ainsi qu'une évaluation ou une indication de ses caractéristiques organoleptiques; c) le cas échéant, les pratiques œnologiques spécifiques employées pour élaborer le(s) vin(s) concerné(s) ainsi que les restrictions applicables à cette élaboration; d) la délimitation de la zone géographique concernée; e) les rendements maximaux à l'hectare; f) l'indication de la variété ou des variétés de raisin à partir desquelles le ou les vins sont obtenus; g) les éléments qui corroborent le lien visé à l'article 70, paragraphe 1, point a) i), ou, selon le cas, à l'article 93, paragraphe 1, point b) i); h) les exigences applicables en vertu de la législation de l'Union ou de la législation nationale ou, le cas échéant, prévues par les États membres ou une organisation responsable de la gestion de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée,	boisson spiritueuse, une définition succincte de la zone géographique et, le cas échéant, les règles spécifiques applicables au conditionnement et à l'étiquetage; ii) une description du lien entre la boisson spiritueuse et l'origine géographique telle qu'elle est visée à l'article 3, point 4), y compris, le cas échéant, les éléments spécifiques de la description du produit ou de la méthode de production justifiant le lien. Une demande telle qu'elle est visée à l'article 24, paragraphe 8, inclut également la référence de la publication du cahier des charges et la preuve que la dénomination du produit est protégée dans son pays d'origine. 2. Le dossier de demande tel qu'il est visé à l'article 24, paragraphe 7, comprend: a) le nom et l'adresse du groupement demandeur; b) le document unique visé au paragraphe 1, point c), du présent article; c) une déclaration de l'État membre indiquant qu'il estime que la demande remplit les exigences du présent règlement et les dispositions adoptées en vertu de celui-ci; d) la référence de la publication du cahier des charges.	b) une description du produit, et notamment ses principales caractéristiques analytiques ainsi qu'une indication de ses caractéristiques organoleptiques; c) le cas échéant, les processus d'élaboration et spécifications particuliers ainsi que les restrictions applicables à cette élaboration; d) la délimitation de la zone géographique concernée; e) les éléments qui corroborent le lien visé à l'article 2, point 3; f) les exigences applicables en vertu du droit de l'Union ou du droit national ou, lorsque des États membres le prévoient, fixées par une organisation responsable de la gestion de l'indication géographique protégée, étant entendu que ces exigences sont objectives, non discriminatoires et compatibles avec le droit de l'Union; g) une indication de la principale matière première d'où est tiré le produit vinicole aromatisé; h) le nom et l'adresse des autorités ou des organismes contrôlant le respect des dispositions du cahier des charges ainsi qu'une description précise de leur mission.

	étant entendu que ces exigences doivent être objectives, non discriminatoires et compatibles avec la législation de l'Union; i) le nom et l'adresse des autorités ou des organismes contrôlant le respect des dispositions du cahier des charges ainsi qu'une description précise de leur mission. 3. Toute demande de protection concernant une zone géographique située dans un pays tiers comprend, outre les éléments prévus aux paragraphes 1 et 2, la preuve que la dénomination concernée est protégée dans son pays d'origine.	Article 24 **Demande d'enregistrement d'une indication géographique** 1. Les demandes d'enregistrement d'une indication géographique au titre du présent chapitre ne peuvent être présentées que par des groupements travaillant avec la boisson spiritueuse dont la dénomination est proposée à l'enregistrement. 2. Une autorité désignée par un État membre peut être considérée comme un groupement aux fins du présent chapitre si les producteurs concernés n'ont pas la possibilité de former un groupement en raison de leur nombre, de leur situation géographique ou de leur organisation. Dans ce cas, le dossier de demande visé à l'article 23, paragraphe 2, en précise les raisons. 3. Une personne physique ou morale unique peut être considérée comme un groupement aux fins du présent chapitre si les deux conditions suivantes sont remplies: a) la personne concernée est le seul producteur disposé à présenter une demande; et b) la zone géographique définie possède des caractéristiques sensiblement différentes de celles des zones voisines, les caractéristiques de la boisson spiritueuse diffèrent de celles des boissons spiritueuses produites dans les zones voisines ou la boisson spiritueuse a une qualité, réputation ou autre caractéristique qui peut clairement être attribuée à son origine géographique.	

		4. Dans le cas d'une indication géographique qui désigne une zone géographique transfrontalière, plusieurs groupements émanant de différents États membres ou pays tiers peuvent soumettre une demande d'enregistrement commune. Lorsqu'une demande commune est soumise, elle est soumise à la Commission par un État membre concerné ou par un groupement demandeur dans un pays tiers concerné, soit directement, soit par l'intermédiaire des autorités dudit pays tiers, après consultation de l'ensemble des autorités et des groupements demandeurs concernés. La demande commune comprend la déclaration visée à l'article 23, paragraphe 2, point c), de tous les États membres concernés. Les exigences fixées à l'article 23 doivent être respectées dans tous les États membres et pays tiers concernés. Dans le cas de demandes communes, les procédures nationales d'opposition correspondantes sont mises en œuvre dans l'ensemble des États membres concernés. 5. Lorsque la demande d'enregistrement concerne une zone géographique située dans un État membre, elle est soumise aux autorités de cet État membre. L'État membre examine la demande par les moyens appropriés afin de vérifier qu'elle est motivée et qu'elle remplit les exigences du présent chapitre. 6. Dans le cadre de l'examen visé au paragraphe 5, deuxième alinéa, l'État membre entame une procédure nationale d'opposition garantissant une publicité	

		suffisante à la demande visée au paragraphe 5 et octroyant une période raisonnable pendant laquelle toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et qui réside ou est établie sur son territoire peut soumettre une opposition à la demande. L'État membre examine la recevabilité de toute opposition reçue conformément aux critères visés à l'article 28. 7. Si, après avoir évalué les oppositions reçues, l'État membre considère que les exigences du présent chapitre sont respectées, il peut rendre une décision favorable et soumettre un dossier de demande à la Commission. Dans ce cas, il informe la Commission des oppositions recevables déposées par une personne physique ou morale ayant légalement commercialisé les produits en question en utilisant les dénominations concernées de façon continue pendant au moins cinq ans précédant la date de publication visée au paragraphe 6. Les États membres tiennent également la Commission informée de toute procédure judiciaire nationale qui peut avoir une incidence sur la procédure d'enregistrement. L'État membre veille à ce que, lorsqu'il prend une décision favorable en vertu du premier alinéa, cette décision soit portée à la connaissance du public et à ce que toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime dispose de voies de recours. L'État membre veille à ce que la version du cahier des charges sur laquelle il a fondé sa décision favorable soit publiée et soit accessible par voie électronique. L'État membre veille	

		également à assurer une publication adéquate de la version du cahier des charges sur laquelle la Commission prend sa décision conformément à l'article 26, paragraphe 2. 8. Lorsqu'elle concerne une zone géographique située dans un pays tiers, la demande est soumise à la Commission, soit directement, soit par l'intermédiaire des autorités du pays tiers concerné. 9. Les documents visés au présent article qui sont envoyés à la Commission sont rédigés dans l'une des langues officielles de l'Union.	

B. <u>Dispositions législatives européennes concernant la procédure préliminaire au niveau national et au niveau européen</u>

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
<u>Règlement (UE) n° 1151/2012</u> Article 9 **Protection nationale transitoire** Un État membre peut, à titre transitoire uniquement, accorder à une dénomination une protection au niveau national au titre du présent règlement, celle-ci prenant effet à compter de la date de dépôt d'une demande auprès de la Commission. Cette protection nationale cesse d'exister à la date à laquelle une décision sur l'enregistrement est prise au titre du présent règlement ou à la date à laquelle la demande est retirée. Dans le cas où une dénomination n'est pas enregistrée conformément au présent règlement, les conséquences de cette protection nationale relèvent de la seule responsabilité de l'État membre concerné. Les mesures prises par les États membres au titre du premier alinéa ne produisent leurs effets qu'au niveau national et n'ont aucune incidence sur le commerce à l'intérieur de l'Union ou le commerce international.	<u>Règlement (UE) n° 1308/2013</u> Article 96 **Procédure préliminaire au niveau national** 1. Toute demande de protection pour une appellation d'origine ou une indication géographique de vin, émanant de l'Union, fait l'objet d'une procédure préliminaire au niveau national. 2. La demande de protection est introduite dans l'État membre au territoire duquel se rattache l'appellation d'origine ou l'indication géographique. 3. L'État membre dans lequel est introduite la demande de protection procède à l'examen de la demande de protection en vue de vérifier si elle remplit les conditions établies dans la présente sous-section. Ledit État membre mène une procédure nationale garantissant une publicité suffisante de la demande et prévoyant une période d'au moins deux mois à compter de la date de publication pendant laquelle toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et résidant ou	<u>Règlement (UE) 2019/787</u> Article 25 **Protection nationale provisoire** 1. Un État membre peut, à titre provisoire uniquement, accorder à une dénomination une protection au niveau national au titre du présent chapitre, celle-ci prenant effet à compter de la date de soumission d'une demande à la Commission. 2. Cette protection nationale cesse d'exister à la date à laquelle une décision sur l'enregistrement est prise au titre du présent chapitre ou à la date à laquelle la demande est retirée. 3. Dans le cas où une dénomination n'est pas enregistrée conformément au présent chapitre, les conséquences de cette protection nationale relèvent de la seule responsabilité de l'État membre concerné. 4. Les mesures prises par les États membres au titre du paragraphe 1 ne produisent leurs effets qu'au niveau national et n'ont aucune incidence sur le commerce à l'intérieur de l'Union ou le commerce international.	<u>Règlement (UE) n° 251/2014</u> Article 13 **Procédure préliminaire au niveau national** 1. Toute demande de protection d'une indication géographique de produits vinicoles aromatisés originaires de l'Union fait l'objet d'une procédure préliminaire au niveau national conformément aux paragraphes 2 à 7 du présent article. 2. La demande de protection est introduite dans l'État membre au territoire duquel se rattache l'indication géographique. 3. L'État membre procède à l'examen de la demande de protection en vue de vérifier si elle remplit les conditions établies dans le présent chapitre. L'État membre veille, par le biais d'une une procédure nationale, à ce qu'une publicité suffisante de la demande de protection soit effectuée et prévoit une période d'au moins deux mois à compter de la date de publication pendant laquelle toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et résidant ou établie sur son territoire peut formuler son opposition

	établie sur son territoire peut formuler son opposition à la proposition de protection en déposant, auprès de cet État membre, une déclaration dûment motivée. 4. Si l'État membre qui apprécie la demande estime que l'appellation d'origine ou l'indication géographique n'est pas conforme aux conditions prévues dans la présente sous section ou qu'elle est incompatible avec la législation de l'Union, il rejette la demande. 5. Si l'État membre qui apprécie la demande estime que les exigences sont satisfaites, l'État membre mène une procédure nationale garantissant une publicité adéquate du cahier des charges au minimum sur internet et transmet la demande à la Commission. Article 97 **Examen par la Commission** 1. La Commission porte à la connaissance du public la date de dépôt de la demande de protection de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique. 2. La Commission examine si les demandes de protection visées à l'article 94, remplissent les conditions établies dans la présente sous-section. 3. Lorsque la Commission estime	Article 26 **Examen par la Commission et publication aux fins d'opposition** 1. La Commission examine par des moyens appropriés toute demande reçue conformément à l'article 24, afin de vérifier qu'elle est motivée, qu'elle remplit les exigences du présent chapitre et que les intérêts des parties prenantes établies en dehors de l'État membre dans lequel la demande a été soumise ont été pris en compte. Cet examen s'appuie sur le document unique visé à l'article 23, paragraphe 1, point c), consiste à vérifier l'absence d'erreurs manifestes dans la demande et, en règle générale, ne dure pas plus de six mois. Cependant, lorsque ce délai est dépassé, la Commission indique immédiatement et par écrit les raisons de ce retard au demandeur. Au moins une fois par mois, la Commission rend publique la liste des dénominations ayant fait l'objet d'une demande d'enregistrement, ainsi que la date de leur dépôt. Cette liste indique également l'État membre ou le pays tiers duquel provient la demande. 2. Lorsque, en se fondant sur l'examen réalisé conformément au paragraphe 1, premier alinéa, la Commission estime que les exigences du présent chapitre sont remplies, elle publie au Journal officiel de l'Union européenne le document unique visé à l'article 23, paragraphe 1, point c), et la référence à la publication du cahier des charges.	à la proposition de protection en déposant, auprès de l'État membre, une déclaration dûment motivée. 4. Si l'État membre estime que l'indication géographique ne satisfait pas aux exigences applicables ou qu'elle est incompatible avec le droit de l'Union en général, il rejette la demande 5. Si l'État membre estime que les exigences applicables sont satisfaites, l'État membre: a) publie le document unique et le cahier des charges du produit au moins sur l'internet; et b) fait parvenir à la Commission une demande de protection comportant les informations suivantes: i) le nom et l'adresse du demandeur; ii) le cahier des charges du produit visé à l'article 10, paragraphe 2; iii) le document unique visé à l'article 10, paragraphe 1, point d); iv) une déclaration de l'État membre indiquant qu'il estime que la demande qui lui a été présentée remplit les conditions requises; et v) la référence de la publication visée au point a). Les informations visées au premier alinéa, point b), sont fournies dans l'une des langues officielles de l'Union ou accompagnées d'une traduction certifiée conforme dans l'une de ces langues. 6. Les États membres adoptent, au plus tard le 28 mars 2015, les dispositions législatives,

	que les conditions établies dans la présente sous-section sont remplies, elle adopte des actes d'exécution concernant la publication au Journal officiel de l'Union européenne, du document unique visé à l'article 94, paragraphe 1, point d), et la référence de la publication du cahier des charges faite au cours de la procédure nationale préliminaire. Ces actes d'exécution sont adoptés sans recourir à la procédure visée à l'article 229, paragraphe 2 ou 3. 4. Lorsque la Commission estime que les conditions définies dans la présente sous-section ne sont pas remplies, elle adopte des actes d'exécution visant à rejeter la demande. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 229, paragraphe 2.		réglementaires ou administratives nécessaires pour se conformer aux dispositions du présent article. 7. Lorsqu'un État membre n'a pas légiféré dans le domaine de la protection des indications géographiques, il peut, à titre provisoire uniquement, octroyer une protection à une dénomination conformément aux dispositions du présent chapitre au niveau national. Ladite protection prend effet à la date du dépôt de la demande d'enregistrement auprès de la Commission et prend fin à la date à laquelle une décision d'accepter ou de refuser l'enregistrement au titre du présent chapitre est prise. Article 14 **Examen par la Commission** 1. La Commission porte à la connaissance du public la date de dépôt de la demande de protection. 2. La Commission examine si les demandes de protection visées à l'article 13, paragraphe 5, remplissent les conditions établies au présent chapitre. 3. Lorsque la Commission estime que les conditions définies dans le présent chapitre sont remplies, elle publie au Journal officiel de l'Union européenne, par voie d'actes d'exécution adoptés sans appliquer la procédure visée à

			l'article 34, paragraphe 2, le document unique visé à l'article 10, paragraphe 1, point d), et la référence de la publication du cahier des charges du produit visée à l'article 13, paragraphe 5, point a). 4. Lorsque la Commission estime que les conditions définies dans le présent chapitre ne sont pas remplies, elle décide, par voie d'actes d'exécution, de rejeter la demande. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 34, paragraphe 2.

C. ***Dispositions législatives européennes concernant les motifs d'opposition***

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n° 1151/2012 Article 10 **Motifs d'opposition** 1. Une déclaration d'opposition motivée telle que visée à l'article 51, paragraphe 2, est recevable uniquement si elle parvient à la Commission dans les délais énoncés au présent paragraphe et si: a) elle démontre que les conditions visées à l'article 5 et à l'article 7, paragraphe 1, ne sont pas remplies; b) elle démontre que l'enregistrement de la dénomination proposée serait contraire à l'article 6, paragraphe 2, 3 ou 4; c) elle démontre que l'enregistrement de la dénomination proposée porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement identique ou d'une marque, ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans précédant la date de la publication prévue à l'article 50, paragraphe 2, point a); ou d) elle précise les éléments permettant de conclure que la dénomination dont l'enregistrement est demandé est générique. 2. Les motifs d'opposition sont évalués par rapport au territoire de l'Union.	Règlement (UE) n° 1308/2013 Article 98 **Procédure d'opposition** Dans un délai de deux mois à compter de la date de la publication du document unique visé à l'article 94, paragraphe 1, point d), tout État membre ou pays tiers ou toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et résidant ou établie dans un État membre autre que celui qui a demandé la protection ou dans un pays tiers, peut s'opposer à la protection envisagée, en déposant auprès de la Commission une déclaration dûment motivée concernant les conditions d'admissibilité fixées dans la présente sous-section. Article 101 **Motifs supplémentaires de refus de la protection** 1. Une dénomination devenue générique ne peut prétendre à une protection en tant qu'appellation d'origine ou indication géographique. Aux fins de la présente section, on entend par "dénomination devenue générique", un nom de vin qui, bien	Règlement (UE) 2019/787 Article 27 **Procédure d'opposition** 1. Dans un délai de trois mois à compter de la date de publication au Journal officiel de l'Union européenne, les autorités d'un État membre ou d'un pays tiers ou une personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et qui réside ou est établie dans un pays tiers peuvent soumettre un acte d'opposition à la Commission. Toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et qui réside ou est établie dans un État membre autre que celui dont émane la demande peut soumettre un acte d'opposition à l'État membre dans lequel cette personne réside ou est établie dans des délais permettant de soumettre une opposition en vertu du premier alinéa. Un acte d'opposition contient une déclaration selon laquelle la demande pourrait enfreindre les exigences fixées dans le présent chapitre. Un acte d'opposition ne contenant pas une telle déclaration	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 15 **Procédure d'opposition** Dans un délai de deux mois à compter de la date de la publication prévue à l'article 14, paragraphe 3, tout État membre ou pays tiers ou toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime, résidant ou établie dans un État membre autre que celui demandant la protection ou dans un pays tiers, peut s'opposer à la protection envisagée, en déposant auprès de la Commission une déclaration dûment motivée concernant les conditions d'éligibilité fixées dans le présent chapitre. Dans le cas des personnes physiques ou morales résidant ou établies dans un pays tiers, cette déclaration est adressée, soit directement, soit par l'intermédiaire des autorités du pays tiers concerné, dans le délai de deux mois visé au premier alinéa. Article 18 **Motifs de refus de la protection** 1. Les dénominations devenues génériques ne peuvent prétendre à une protection en tant qu'indication géographique. Aux fins du présent chapitre, on entend, par

	qu'il se rapporte au lieu ou à la région où ce produit a été initialement élaboré ou commercialisé, est devenu dans l'Union le nom commun d'un vin. Pour déterminer si une dénomination est devenue générique, il est tenu compte des facteurs pertinents, et notamment: a) de la situation constatée dans l'Union, notamment dans les zones de consommation; b) du droit de l'Union ou du droit national applicable. 2. Aucune dénomination n'est protégée en tant qu'appellation d'origine ou indication géographique si, compte tenu de la réputation et de la notoriété d'une marque commerciale, la protection pourrait induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du vin concerné. <u>Règlement délégué (UE) 2019/33</u> SECTION 2 **Procédure d'opposition** Article 11 **Recevabilité et motifs d'opposition** 1. Aux fins de l'article 98 du règlement (UE) no 1308/2013, une déclaration d'opposition motivée est jugée recevable si: a) elle est reçue par la Commission dans le délai prévu à l'article 98 du règlement d'exécution (UE) no	est nul. La Commission transmet sans retard l'acte d'opposition à l'autorité ou l'organisme qui a soumis la demande. 2. Si un acte d'opposition est soumis à la Commission et est suivi dans les deux mois d'une déclaration d'opposition motivée, la Commission examine la recevabilité de ladite déclaration. 3. Dans un délai de deux mois suivant la réception d'une déclaration d'opposition motivée recevable, la Commission invite l'autorité ou la personne à l'origine de l'opposition et l'autorité ou l'organisme qui a soumis la demande à engager des consultations appropriées dans un délai ne dépassant pas trois mois. Ce délai court à partir de la date à laquelle l'invitation est envoyée aux parties intéressées par voie électronique. L'autorité ou la personne à l'origine de l'opposition et l'autorité ou l'organisme qui a soumis la demande engagent ces consultations appropriées sans retard injustifié. Chacune des parties communique à l'autre les informations pertinentes afin d'évaluer si la demande d'enregistrement répond aux exigences du présent chapitre. Si aucun accord n'a été trouvé, ces	«dénomination devenue générique», une dénomination de produit vinicole aromatisé qui, bien qu'elle se rapporte au lieu ou à la région où ce produit a été initialement élaboré ou mis sur le marché, est devenue dans l'Union la dénomination commune d'un produit vinicole aromatisé. Pour déterminer si une dénomination est devenue générique, il est tenu compte de tous les facteurs pertinents, et notamment: a) de la situation constatée dans l'Union, notamment dans les zones de consommation; b) du droit de l'Union ou du droit national applicable. 2. Une dénomination n'est pas protégée en tant qu'indication géographique lorsque, compte tenu de la réputation et de la notoriété d'une marque commerciale, la protection est susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit vinicole aromatisé concerné.

	1308/2013; b) elle satisfait aux exigences prévues à l'article 8, paragraphe 1, du règlement d'exécution (UE) 2019/34; et si c) elle établit que la demande de protection ou de modification du cahier des charges ou d'annulation de la protection est incompatible avec les règles applicables aux appellations d'origine et aux indications géographiques pour les raisons suivantes: i) elle est contraire aux articles 92 à 95, 105 ou 106 du règlement (UE) no 1308/2013 et aux dispositions adoptées en application de ceux-ci, ii) l'enregistrement de la dénomination proposée serait contraire aux articles 100 ou 101 du règlement (UE) no 1308/2013, iii) l'enregistrement de la dénomination proposée porterait atteinte aux droits du titulaire d'une marque commerciale ou de l'utilisateur d'une dénomination parfaitement homonyme ou d'une dénomination composée, dont un seul terme est identique à la dénomination à enregistrer, ou porterait préjudice à l'existence de dénominations partiellement homonymes ou d'autres dénominations similaires à la dénomination à enregistrer qui font référence à des produits de la vigne qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans à la date de publication prévue à l'article 97, paragraphe 3, du règlement (UE) no 1308/2013.	informations sont également transmises à la Commission. Lorsque les parties intéressées parviennent à un accord, les autorités de l'État membre ou du pays tiers dont la demande a été soumise notifient à la Commission tous les éléments ayant permis ledit accord, y compris l'avis du demandeur et des autorités d'un État membre ou d'un pays tiers ou d'autres personnes physiques et morales ayant déclaré leur opposition. Qu'un accord ait ou non été trouvé, la notification à la Commission doit être faite dans un délai d'un mois à compter de la fin des consultations. À tout moment au cours de ces trois mois, la Commission peut, à la demande du demandeur, prolonger le délai imparti pour les consultations de trois mois au maximum. 4. Si, à la suite des consultations appropriées visées au paragraphe 3 du présent article, les éléments publiés conformément à l'article 26, paragraphe 2, ont été substantiellement modifiés, la Commission procède de nouveau à l'examen visé à l'article 26. 5. L'acte d'opposition, la déclaration d'opposition motivée et les documents afférents qui sont	

	Les motifs d'opposition sont évalués par rapport au territoire de l'Union. Une déclaration d'opposition dûment motivée, présentée par une personne physique ou morale, n'est réputée recevable que si elle établit l'existence d'un intérêt légitime de l'opposant. 2. Lorsque la Commission estime que l'opposition n'est pas recevable, elle communique à l'autorité ou à la personne physique ou morale à l'origine de l'opposition les motifs qui sous-tendent le constat d'irrecevabilité. Article 12 **Procédure d'opposition** 1. Si la Commission juge l'opposition recevable, elle invite l'autorité ou la personne physique ou morale à l'origine de l'opposition et l'autorité ou la personne physique ou morale qui a déposé la demande de protection à procéder aux consultations appropriées pendant une période de trois mois. L'invitation est adressée dans un délai de quatre mois à compter de la date de publication au Journal officiel de l'Union européenne de la demande de protection sur laquelle porte la déclaration d'opposition motivée, et elle est accompagnée d'une copie de la déclaration d'opposition motivée. À	envoyés à la Commission conformément aux paragraphes 1 à 4 sont rédigés dans l'une des langues officielles de l'Union. Article 28 **Motifs d'opposition** 1. Une déclaration d'opposition motivée telle qu'elle est visée à l'article 27, paragraphe 2, est recevable uniquement si elle parvient à la Commission dans les délais énoncés dans ledit article et si elle montre que: a) l'indication géographique proposée ne correspond pas à la définition figurant à l'article 3, point 4), ou ne répond pas aux exigences visées à l'article 22; b) l'enregistrement de l'indication géographique proposée serait contraire à l'article 34 ou 35; c) l'enregistrement de l'indication géographique proposée porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement identique ou d'une marque, ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans précédant la date de la publication prévue à l'article 26, paragraphe 2; ou d) les exigences visées aux articles 31 et 32 ne sont pas respectées. 2. Les motifs d'opposition sont évalués par rapport au territoire de	

	tout moment au cours de ces trois mois, la Commission peut, à la demande de l'autorité ou de la personne physique ou morale qui a déposé la demande, proroger de trois mois au maximum le délai imparti pour les consultations. 2. L'autorité ou la personne à l'origine de l'opposition et l'autorité ou la personne qui a déposé la demande de protection engagent ces consultations dans les meilleurs délais. Chacune des parties communique à l'autre les informations pertinentes afin d'évaluer si la demande de protection répond aux conditions du présent règlement et du règlement (UE) no 1308/2013. 3. Lorsque les parties parviennent à un accord, le demandeur établi dans le pays tiers ou les autorités de l'État membre ou du pays tiers dont émane la demande de protection notifient à la Commission les résultats des consultations et tous les facteurs qui ont permis d'aboutir audit accord, y compris les avis des parties. Si les éléments publiés conformément à l'article 97, paragraphe 3, du règlement (UE) no 1308/2013 ont été substantiellement modifiés, la Commission procède de nouveau à l'examen visé à l'article 97, paragraphe 2, dudit règlement à l'issue d'une procédure nationale garantissant une publicité suffisante	l'Union.	

	des modifications apportées à ces éléments. Lorsque, à la suite de l'accord, aucune modification ou aucune modification substantielle n'est apportée au cahier des charges, la Commission adopte une décision en vertu de l'article 99 du règlement (UE) no 1308/2013 visant à accorder une protection à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique. 4. Lorsque aucun accord n'est trouvé, le demandeur établi dans le pays tiers ou les autorités de l'État membre ou du pays tiers dont émane la demande de protection notifie(nt) à la Commission les résultats des consultations menées et les informations et documents qui s'y rapportent. La Commission adopte une décision conformément à l'article 99 du règlement (UE) no 1308/2013 visant soit à accorder une protection, soit à rejeter la demande.		

D. ***Dispositions législatives européennes concernant la protection***

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n° 1151/2012 Article 13 **Protection** 1. Les dénominations enregistrées sont protégées contre: a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable des produits ou des services est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», ou d'une expression similaire, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients; c) toute autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités essentielles du produit qui figure sur le conditionnement ou l'emballage, sur la publicité ou sur des documents afférents au produit concerné, ainsi que contre l'utilisation pour le conditionnement d'un récipient de nature à créer une impression erronée sur	Règlement (UE) n° 1308/2013 Article 103 **Protection** 1. Une appellation d'origine protégée et une indication géographique protégée peuvent être utilisées par tout opérateur commercialisant un vin produit conformément au cahier des charges correspondant. 2. Une appellation d'origine protégée et une indication géographique protégée, ainsi que le vin qui fait usage de cette dénomination protégée en respectant le cahier des charges correspondant, sont protégés contre: a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte de cette dénomination protégée: i) pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges lié à la dénomination protégée; ou ii) dans la mesure où ladite utilisation exploite la réputation d'une appellation d'origine ou indication géographique; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit ou du service est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite, transcrite, translittérée ou	Règlement (UE) 2019/787 Article 21 **Protection des indications géographiques** 1. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement peuvent être utilisées par tout opérateur commercialisant une boisson spiritueuse produite conformément au cahier des charges correspondant. 2. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement sont protégées contre: a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont comparables à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation exploite la réputation de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable des produits ou des services est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 20 **Protection** 1. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement peuvent être utilisées par tout opérateur commercialisant un produit vinicole aromatisé élaboré conformément au cahier des charges correspondant. 2. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement et les produits vinicoles aromatisés qui font usage de ces dénominations protégées en respectant les cahiers des charges correspondants sont protégés contre: a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination protégée: i) pour des produits comparables ne respectant pas le cahier des charges lié à la dénomination protégée; ou ii) dans la mesure où ladite utilisation exploite la réputation d'une indication géographique; b) toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit ou du service est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite, transcrite, translittérée ou accompagnée d'une expression telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», «goût», «manière» ou d'une expression similaire;

l'origine du produit; d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. Lorsqu'une appellation d'origine protégée ou une indication géographique protégée contient en elle-même le nom d'un produit considéré comme générique, l'utilisation de ce nom générique n'est pas considérée comme contraire au premier alinéa, point a) ou b). 2. Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne peuvent pas devenir génériques. 3. Les États membres prennent les mesures administratives ou judiciaires appropriées pour prévenir ou arrêter l'utilisation illégale visée au paragraphe 1 d'appellations d'origine protégées ou d'indications géographiques protégées qui sont produites ou commercialisées sur leur territoire. À cette fin, les États membres désignent, conformément aux procédures que chaque État membre a établies, les autorités chargées de prendre ces mesures.	accompagnée d'une expression telle que "genre", "type", "méthode", "façon", "imitation", "goût", "manière" ou d'une expression similaire; c) toute autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, à l'origine, à la nature ou aux qualités substantielles du produit figurant sur le conditionnement ou l'emballage, sur la publicité ou sur des documents afférents au produit vitivinicole concerné, ainsi que contre l'utilisation pour le conditionnement d'un contenant de nature à créer une impression erronée sur l'origine du produit; d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. 3. Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne deviennent pas génériques dans l'Union au sens de l'article 101, paragraphe 1.	accompagnée d'une expression telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», «goût», «manière» ou d'une expression similaire, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients; c) toute autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités substantielles du produit figurant sur la désignation, la présentation ou l'étiquetage du produit, de nature à créer une impression erronée sur l'origine du produit; d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. 3. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement ne deviennent pas génériques dans l'Union. 4. La protection visée au paragraphe 2 est aussi applicable aux biens qui entrent sur le territoire douanier de l'Union sans y être mis en libre pratique.	c) toute autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, à l'origine, à la nature ou aux qualités essentielles du produit figurant sur le conditionnement ou l'emballage, sur la publicité ou sur des documents afférents au produit vinicole concerné, ainsi que contre l'utilisation pour le conditionnement d'un contenant de nature à créer une impression erronée sur l'origine du produit; d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. 3. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement ne deviennent pas génériques dans l'Union au sens de l'article 18, paragraphe 1. 4. Les États membres prennent les mesures administratives et judiciaires appropriées pour prévenir l'utilisation illicite des indications géographiques protégées au titre du présent règlement, visée au paragraphe 2, ou pour y mettre fin.

E. Dispositions législatives européennes concernant le registre

Produits agricoles et denrées alimentaires	*Produits vitivinicoles*	*Spiritueux*	*Produits vinicoles aromatisés*
Règlement (UE) n° 1151/2012 Article 11 **Registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées** 1. La Commission adopte, sans appliquer la procédure visée à l'article 57, paragraphe 2, des actes d'exécution qui établissent et tiennent à jour un registre accessible au public des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées reconnues au titre du présent système. 2. Les indications géographiques relatives à des produits de pays tiers qui sont protégés dans l'Union au titre d'un accord international auquel l'Union est partie contractante peuvent être inscrites dans le registre. Les dénominations en question sont inscrites dans le registre en tant qu'indications géographiques protégées à moins qu'elles n'aient été spécifiquement désignées dans ledit accord comme étant des appellations d'origine protégées au titre du présent règlement. 3. La Commission peut adopter des actes d'exécution qui établissent des règles détaillées relatives à la forme et au contenu du registre. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure	Règlement (UE) n° 1308/2013 Article 104 **Registre** La Commission établit et tient à jour un registre électronique, accessible au public, des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées relatives aux vins. Les appellations d'origine et les indications géographiques concernant les produits de pays tiers qui sont protégés dans l'Union en application d'un accord international auquel l'Union est partie contractante peuvent être inscrites dans le registre. Les dénominations concernées sont inscrites dans le registre en tant qu'indications géographiques protégées, à moins qu'elles n'aient été précisément désignées dans cet accord comme étant des appellations d'origine protégées au sens du présent règlement.	Règlement (UE) 2019/787 Article 33 **Registre des indications géographiques des boissons spiritueuses** 1. La Commission adopte, au plus tard le 8 juin 2021, des actes délégués conformément à l'article 46 afin de compléter le présent règlement en établissant un registre électronique, accessible au public et mis à jour, des indications géographiques de boissons spiritueuses reconnues au titre du présent système (ci-après dénommé «registre»). 2. La dénomination de l'indication géographique est enregistrée dans la graphie originale. Lorsque cette graphie n'utilise pas les caractères latins, une transcription ou translittération en caractères latins est enregistrée avec la dénomination dans sa graphie originale. En ce qui concerne les indications géographiques enregistrées au titre du présent chapitre, le registre fournit un accès direct aux documents uniques et contient aussi la référence	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 21 **Registre** La Commission, par voie d'actes d'exécution adoptés sans appliquer la procédure visée à l'article 34, paragraphe 2, établit et tient à jour un registre électronique, accessible au public, des indications géographiques protégées au titre du présent règlement relatives aux produits vinicoles aromatisés. Les indications géographiques concernant des produits de pays tiers qui sont protégés dans l'Union au titre d'un accord international auquel l'Union est partie contractante peuvent être inscrites dans le registre visé au premier alinéa en tant qu'indications géographiques protégées au titre du présent règlement.

d’examen visée à l’article 57, paragraphe 2. 4. La Commission rend publique et met régulièrement à jour la liste des accords internationaux visés au paragraphe 2, ainsi que la liste des indications géographiques protégées au titre de ces accords.		de publication du cahier des charges. En ce qui concerne les indications géographiques enregistrées avant le 8 juin 2019, le registre fournit un accès direct aux spécifications principales de la fiche technique visées à l'article 17, paragraphe 4, du règlement (CE) no 110/2008. La Commission adopte des actes délégués conformément à l'article 46 afin de compléter le présent paragraphe en établissant des règles détaillées supplémentaires relatives à la forme et au contenu du registre. 3. Les indications géographiques de boissons spiritueuses produites dans des pays tiers qui sont protégées dans l'Union au titre d'un accord international auquel l'Union est partie contractante peuvent être inscrites dans le registre en tant qu'indications géographiques.	

F. <u>Dispositions législatives européennes concernant l'annulation</u>

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
<u>Règlement (UE) n° 1151/2012</u> Article 54 **Annulation** 1. La Commission peut, de sa propre initiative ou à la demande d'une personne physique ou morale ayant un intérêt légitime, adopter des actes d'exécution afin d'annuler l'enregistrement d'une appellation d'origine protégée, d'une indication géographique protégée ou d'une spécialité traditionnelle garantie dans les cas suivants: a) lorsque le respect des conditions du cahier des charges n'est pas assuré, b) lorsque aucun produit n'a été mis sur le marché sous la spécialité traditionnelle garantie, l'appellation d'origine protégée ou l'indication géographique protégée pendant au moins sept ans. La Commission peut, à la demande des producteurs du produit commercialisé sous la dénomination enregistrée, annuler l'enregistrement correspondant. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 57, paragraphe 2. 2. Afin garantir la sécurité juridique quant au fait que toutes les parties aient la possibilité de défendre leurs droits et intérêts légitimes,	<u>Règlement (UE) n° 1308/2013</u> Article 106 **Annulation** La Commission peut adopter, de sa propre initiative ou sur demande dûment motivée d'un État membre, d'un pays tiers ou d'une personne physique ou morale pouvant justifier d'un intérêt légitime, des actes d'exécution visant à retirer la protection accordée à une appellation d'origine ou à une indication géographique si le respect du cahier des charges correspondant n'est plus assuré. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 229, paragraphe 2. <u>Règlement délégué (UE) 2019/33</u> SECTION 4 ***Annulation d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique protégée*** Article 19 **Procédure d'annulation** Toute demande d'annulation d'une appellation d'origine protégée ou d'une indication géographique	<u>Règlement (UE) 2019/787</u> Article 32 **Annulation** 1. La Commission peut, de sa propre initiative ou à la demande d'une personne physique ou morale ayant un intérêt légitime, adopter des actes d'exécution afin d'annuler l'enregistrement d'une indication géographique dans l'un des cas suivants: a) lorsque le respect des exigences du cahier des charges ne peut plus être assuré; b) lorsque aucun produit n'a été mis sur le marché sous l'indication géographique pendant au moins sept années consécutives. Les articles 24, 26, 27, 28 et 30 s'appliquent mutatis mutandis à la procédure d'annulation. 2. Nonobstant le paragraphe 1, la Commission peut, à la demande des producteurs de la boisson spiritueuse commercialisée sous l'indication géographique enregistrée, adopter des actes d'exécution annulant l'enregistrement correspondant.	<u>Règlement (UE) n° 251/2014</u> Article 25 **Annulation** La Commission peut décider, par voie d'actes d'exécution, de sa propre initiative ou sur demande dûment motivée d'un État membre, d'un pays tiers ou d'une personne physique ou morale pouvant justifier d'un intérêt légitime, de retirer la protection accordée à une indication géographique si le respect du cahier des charges correspondant n'est plus assuré. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 34, paragraphe 2. Les articles 13 à 16 s'appliquent mutatis mutandis.

la Commission est habilitée à adopter, en conformité avec l'article 56, des actes délégués complétant les règles concernant la procédure d'annulation. La Commission peut adopter des actes d'exécution fixant des règles détaillées relatives aux procédures et à la forme de la procédure d'annulation, ainsi qu'à la présentation des demandes visées au paragraphe 1 du présent article. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 57, paragraphe 2.	protégée, au sens de l'article 106 du règlement (UE) n° 1308/2013, suit, mutatis mutandis, la procédure établie à l'article 94 et aux articles 96 à 99 dudit règlement, ainsi que les dispositions du chapitre II, sections 1, 2 et 4, du présent règlement et du chapitre II, sections 1, 2, 4 et 5, du règlement d'exécution (UE) 2019/34. La Commission publie *au Journal officiel de l'Union européenne*, série C, la demande d'annulation visée à l'article 13 du règlement d'exécution (UE) 2019/34. Article 20 **Motifs d'annulation** Aux fins de l'article 106 du règlement (UE) n° 1308/2013, le respect du cahier des charges est considéré également comme n'étant pas garanti lorsqu'aucun produit bénéficiant de la dénomination protégée n'a été placé sur le marché pendant au moins sept années consécutives. Article 21 **Recevabilité des demandes d'annulation** 1. Aux fins de l'article 106 du règlement (UE) n° 1308/2013, une demande d'annulation motivée est jugée recevable si: a) elle satisfait aux exigences prévues à l'article 13, paragraphe 1, du règlement d'exécution (UE) 2019/34, et	3. Dans les cas visés aux paragraphes 1 et 2, avant d'adopter l'acte d'exécution, la Commission consulte les autorités de l'État membre, les autorités du pays tiers ou, dans la mesure du possible, le producteur du pays tiers ayant demandé à l'origine l'enregistrement de l'indication géographique concernée, sauf si l'annulation est directement demandée par ces demandeurs initiaux. 4. Les actes d'exécution visés au présent article sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 47, paragraphe 2.	

	b) si elle est fondée sur les motifs visés à l'article 106 du règlement (UE) n° 1308/2013. 2. Lorsque la Commission estime que la demande d'annulation n'est pas recevable, elle informe l'autorité de l'État membre ou du pays tiers ou la personne physique ou morale à l'origine de cette demande des motifs qui sous-tendent le constat d'irrecevabilité. 3. Les déclarations d'opposition motivées à l'annulation ne sont recevables que si elles mettent en évidence une utilisation commerciale de la dénomination enregistrée par une personne intéressée.		

G. Dispositions législatives européennes relatives aux rapports entre les marques et les AOP

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n° 1151/2012 Article 14 **Relations entre marques, appellations d'origine et indications géographiques** 1. Lorsqu'une appellation d'origine ou une indication géographique est enregistrée au titre du présent règlement, l'enregistrement d'une marque dont l'utilisation enfreindrait l'article 13, paragraphe 1, et qui concerne un	Règlement (UE) n° 1308/2013 Article 102 **Lien avec les marques commerciales** 1.L'enregistrement d'une marque commerciale contenant ou consistant en une appellation d'origine protégée ou une indication géographique protégée qui n'est pas conforme au	Règlement (UE) 2019/787 Article 36 **Relation entre les marques et les indications géographiques** 1. L'enregistrement d'une marque dont l'usage correspond ou correspondrait à une ou plusieurs des situations visées à l'article 21, paragraphe 2, est refusé ou invalidé.	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 19 **Liens avec les marques commerciales** 1. Lorsqu'une indication géographique est protégée au titre du présent règlement, l'enregistrement d'une marque commerciale dont l'utilisation relève de l'article 20, paragraphe 2, et concernant un produit vinicole aromatisé est refusé dans le cas où la

produit de même type est refusé si la demande d'enregistrement de la marque est présentée après la date de dépôt auprès de la Commission de la demande d'enregistrement relative à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique. Les marques enregistrées en violation du premier alinéa sont annulées. Les dispositions du présent paragraphe s'appliquent sans préjudice des dispositions de la directive 2008/95/CE. 2. Sans préjudice de l'article 6, paragraphe 4, une marque dont l'utilisation enfreint l'article 13, paragraphe 1, et qui a été déposée, enregistrée, ou acquise par l'usage dans les cas où cela est prévu par la législation concernée, de bonne foi sur le territoire de l'Union, avant la date du dépôt auprès de la Commission de la demande de protection relative à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique, peut continuer à être utilisée et renouvelée pour ce produit nonobstant l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, pour autant qu'aucun motif de nullité ou de déchéance, au titre du règlement (CE) no 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire (1) ou de la directive 2008/95/CE, ne pèse sur la marque. En pareil cas, l'utilisation tant de l'appellation d'origine protégée ou de l'indication géographique protégée que des marques concernées est autorisée.	cahier des charges du produit concerné ou dont l'utilisation relève de l'article 103, paragraphe 2, et concernant un produit relevant d'une des catégories répertoriées à l'annexe VII, partie II, est: a) refusé si la demande d'enregistrement de la marque commerciale est présentée après la date de dépôt auprès de la Commission de la demande de protection de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique et que cette demande aboutit à la protection de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique; ou b) annulé. 2. Sans préjudice de l'article 101, paragraphe 2, une marque commerciale visée au paragraphe 1 du présent article, et qui a été déposée, enregistrée ou établie par l'usage de bonne foi, si cette possibilité est prévue dans le droit national concerné, sur le territoire de l'Union, soit avant la date de protection de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique dans le pays d'origine, soit avant le 1er janvier 1996, peut continuer à être utilisée et renouvelée nonobstant la protection d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, pourvu qu'aucun motif de nullité ou de déchéance, au titre de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil (1) ou du règlement (CE) no 207/2009 du Conseil, ne	2. Une marque dont l'utilisation correspond à l'une ou plusieurs des situations visées à l'article 21, paragraphe 2, et qui a été déposée, enregistrée ou, si cette possibilité est prévue par la législation concernée, acquise par l'utilisation de bonne foi sur le territoire de l'Union, avant la date de soumission de la demande de protection de l'indication géographique à la Commission, peut continuer à être utilisée et être renouvelée nonobstant l'enregistrement d'une indication géographique, à condition que la marque n'encoure pas les motifs de nullité ou de déchéance prévus par la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil (24) ou par le règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil (25).	demande d'enregistrement de la marque commerciale est présentée après la date de dépôt auprès de la Commission de la demande de protection de l'indication géographique et où cette demande aboutit à la protection de l'indication géographique. Toute marque commerciale enregistrée en violation du premier alinéa est annulée. 2. Sans préjudice de l'article 17, paragraphe 2, une marque commerciale dont l'utilisation relève de l'article 20, paragraphe 2, et qui a été demandée, enregistrée ou établie par l'usage, si cette possibilité est prévue dans la législation concernée, sur le territoire de l'Union, avant la date du dépôt auprès de la Commission de la demande de protection relative à l'indication géographique, peut continuer à être utilisée et renouvelée nonobstant la protection d'une indication géographique, à condition qu'aucun motif de nullité ou de déchéance, au sens de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil (1) ou du règlement (CE) no 207/2009 du Conseil (2), ne pèse sur la marque commerciale. Dans de tels cas, l'utilisation conjointe de l'indication géographique et des marques commerciales correspondantes est permise.

	pèse sur la marque commerciale (2). Dans ce type de cas, il est permis d'utiliser conjointement l'appellation d'origine ou l'indication géographique et les marques commerciales correspondantes.		

H. Extraits des dispositions législatives européennes relatives aux dénominations génériques ou devenues génériques

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n°1151/2012 Article 3 **Définitions** Aux fins du présent règlement, on entend par : […] 6) «mentions génériques» : les dénominations de produits qui, bien que se rapportant au lieu, à la région ou au pays de production ou de commercialisation initiale, sont devenues la dénomination commune d'un produit dans l'Union ; […] Article 13 **Protection** 2. Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne peuvent pas devenir génériques. Article 41 **Mentions génériques** 2. Pour déterminer si une mention est	Règlement (UE) n°1308/2013 Article 101 **Motifs supplémentaires de refus de la protection** 1. Une dénomination devenue générique ne peut prétendre à une protection en tant qu'appellation d'origine ou indication géographique. Aux fins de la présente section, on entend par "dénomination devenue générique", un nom de vin qui, bien qu'il se rapporte au lieu ou à la région où ce produit a été initialement élaboré ou commercialisé, est devenu dans l'Union le nom commun d'un vin. Pour déterminer si une dénomination est devenue générique, il est tenu compte des facteurs pertinents, et notamment: a) de la situation constatée dans	Règlement (UE) 2019/787 Article 3 **Définitions** Aux fins du présent règlement, on entend par : […] 7) «dénomination générique» : la dénomination d'une boisson spiritueuse qui est devenue générique et qui, bien qu'elle se rapporte au lieu ou à la région où la boisson spiritueuse a été initialement produite ou commercialisée, est devenue la dénomination commune de cette boisson spiritueuse dans l'Union ; […] Article 21 **Protection des indications géographiques** 3. Les indications géographiques protégées au titre du présent	Règlement (UE) n°251/2014 Article 18 **Motifs de refus de la protection** 1. Les dénominations devenues génériques ne peuvent prétendre à une protection en tant qu'indication géographique. Aux fins du présent chapitre, on entend, par «dénomination devenue générique», une dénomination de produit vinicole aromatisé qui, bien qu'elle se rapporte au lieu ou à la région où ce produit a été initialement élaboré ou mis sur le marché, est devenue dans l'Union la dénomination commune d'un produit vinicole aromatisé. Pour déterminer si une dénomination est devenue générique, il est tenu compte de tous les facteurs pertinents, et notamment: a) de la situation constatée dans l'Union, notamment dans les zones de consommation; b) du droit de l'Union ou du droit national applicable.

devenue générique, il est tenu compte de tous les facteurs pertinents et notamment: a) de la situation existante dans les zones de consommation; b) des actes juridiques pertinents de l'Union ou nationaux. 3. Afin de protéger pleinement les droits des parties intéressées, la Commission est habilitée, en conformité avec l'article 56, à adopter des actes délégués établissant des règles supplémentaires afin de déterminer le caractère générique de mentions visées au paragraphe 1 du présent article.	l'Union, notamment dans les zones de consommation; b) du droit de l'Union ou du droit national applicable. Article 103 **Protection** 3. Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne deviennent pas génériques dans l'Union au sens de l'article 101, paragraphe 1.	règlement ne deviennent pas génériques dans l'Union. Article 35 **Motifs de refus de la protection** 1. Une dénomination générique ne peut prétendre à une protection en tant qu'indication géographique. Pour déterminer si une dénomination est devenue une dénomination générique, il est tenu compte de tous les facteurs pertinents, et notamment: a) de la situation constatée dans l'Union, notamment dans les zones de consommation; b) de la législation de l'Union ou de la législation nationale applicable.	Article 20 **Protection** 3. Les indications géographiques protégées au titre du présent règlement ne deviennent pas génériques dans l'Union au sens de l'article 18, paragraphe 1.

I. Dispositions législatives européennes relatives aux contrôles officiels et à la désignation de l'autorité compétente

Produits agricoles et denrées alimentaires	***Produits vitivinicoles***	***Spiritueux***	***Produits vinicoles aromatisés***
Règlement (UE) n°1151/2012 Article 13 **Protection** 3. Les États membres prennent les mesures administratives ou judiciaires appropriées pour prévenir ou arrêter l'utilisation illégale visée au paragraphe 1 d'appellations d'origine protégées ou d'indications	Règlement d'exécution (UE) 2019/34 Article 16 **Actions que les États membres doivent mettre en œuvre pour éviter l'utilisation illicite des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées** Les États membres effectuent des contrôles sur la base d'une analyse de	Règlement (UE) 2019/787 Article 43 **Contrôles des boissons spiritueuses** 1. Il appartient aux États membres d'assurer les contrôles relatifs aux boissons spiritueuses. Les États membres prennent les mesures nécessaires pour assurer le	Règlement (UE) n° 251/2014 Article 20 **Protection** 4. Les États membres prennent les mesures administratives et judiciaires appropriées pour prévenir l'utilisation illicite des indications géographiques protégées au titre du présent règlement, visée au paragraphe 2, ou pour y mettre fin.

géographiques protégées qui sont produites ou commercialisées sur leur territoire. À cette fin, les États membres désignent, conformément aux procédures que chaque État membre a établies, les autorités chargées de prendre ces mesures. Ces autorités offrent des garanties adéquates d'objectivité et d'impartialité et disposent du personnel qualifié et des ressources nécessaires à l'exercice de leurs fonctions. Article 36 **Désignation de l'autorité compétente** 1. Conformément au règlement (CE) no 882/2004, les États membres désignent la ou les autorités compétentes responsables des contrôles officiels effectués afin de vérifier le respect des exigences légales relatives aux systèmes de qualité établis par le présent règlement. Les procédures et exigences prévues au règlement (CE) no 882/2004 s'appliquent mutatis mutandis aux contrôles officiels effectués afin de vérifier le respect des exigences légales relatives aux systèmes de qualité pour tous les produits couverts par l'annexe I du présent règlement. 2. Les autorités compétentes visées au paragraphe 1 offrent des garanties d'objectivité et d'impartialité adéquates et disposent du personnel qualifié ainsi que des	risques pour prévenir ou arrêter l'utilisation illégale d'appellations d'origine protégées ou d'indications géographiques protégées pour des produits qui sont fabriqués ou commercialisés sur leur territoire. Les États membres prennent toutes les mesures nécessaires en cas de non-conformité, y compris des mesures administratives et judiciaires. Les États membres désignent, conformément aux procédures que chaque État membre a établies, les autorités chargées de prendre ces mesures. Les autorités désignées offrent des garanties adéquates d'objectivité et d'impartialité et disposent du personnel qualifié et des ressources nécessaires à l'exercice de leurs fonctions.	respect du présent règlement et désignent les autorités compétentes chargées de veiller au respect du présent règlement. 2. La Commission veille à l'application uniforme du présent règlement et, le cas échéant, adopte, par voie d'actes d'exécution, les règles relatives aux contrôles administratifs et aux contrôles physiques à réaliser par les États membres eu égard au respect des obligations découlant de l'application du présent règlement. Ces actes d'exécution sont adoptés en conformité avec la procédure d'examen visée à l'article 47, paragraphe 2.	Article 22 **Désignation de l'autorité compétente** 1. Les États membres désignent les autorités compétentes qui sont responsables des contrôles relatifs aux exigences établies dans le présent chapitre, conformément aux critères énoncés à l'article 4 du règlement (CE) no 882/2004 du Parlement européen et du Conseil (1). 2. Les États membres veillent à ce que tout opérateur qui respecte les dispositions du présent chapitre soit en droit d'être couvert par un système de contrôles. 3. Les États membres communiquent à la Commission les autorités compétentes visées au paragraphe 1. La Commission assure la publicité des noms et adresses correspondants ainsi que leur actualisation périodique.

ressources nécessaires pour s'acquitter de leurs fonctions. 3. Les contrôles officiels comprennent: a) la vérification de la conformité d'un produit avec le cahier des charges correspondant; et b) le suivi de l'utilisation des dénominations enregistrées pour décrire le produit mis sur le marché conformément à l'article 13 pour les dénominations enregistrées en vertu du titre II et conformément à l'article 24 pour les dénominations enregistrées en vertu du titre III.			

ANNEXE 2

EXTRAIT DE L'ACCORD SUR LES ASPECTS DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE QUI TOUCHENT AU COMMERCE (ADPIC) DE L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC)

Section 3

Indications géographiques

Article 22

Protection des indications géographiques

1. Aux fins du présent accord, on entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

2. Pour ce qui est des indications géographiques, les Membres prévoiront les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher: a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit; b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la Convention de Paris (1967).

3. Un Membre refusera ou invalidera, soit d'office si sa législation le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique ou est constituée par une telle indication, pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué, si l'utilisation de cette indication dans la marque de fabrique ou de commerce pour de tels produits dans ce Membre est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine.

4. La protection visée aux paragraphes 1, 2 et 3 sera applicable contre une indication géographique qui, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits sont originaires, donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire.

Article 23

Protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux

1. Chaque Membre prévoira les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique identifiant des vins pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, ou identifiant des spiritueux pour des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que “genre”, “type”, “style”, “imitation” ou autres.

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

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

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

Article 24

Négociations internationales ; exceptions

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

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

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

4. Aucune disposition de la présente section n'exigera d'un Membre qu'il empêche un usage continu et similaire d'une indication géographique particulière d'un autre Membre identifiant des vins ou des spiritueux, en ce qui concerne des produits ou des services, par un de ses ressortissants ou une des personnes domiciliées sur son territoire qui a utilisé cette indication géographique de manière continue pour des produits ou services identiques ou apparentés sur le territoire de ce Membre soit a) pendant au moins 10 ans avant le 15 avril 1994, soit b) de bonne foi avant cette date.

5. Dans les cas où une marque de fabrique ou de commerce a été déposée ou enregistrée de bonne foi, ou dans les cas où les droits à une marque de fabrique ou de commerce ont été acquis par un usage de bonne foi: a) avant la date d'application des présentes dispositions dans ce Membre telle qu'elle est définie dans la Partie VI, ou b) avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine, les mesures adoptées pour mettre en œuvre la

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

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

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

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

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

ANNEXE 3

TABLEAU RECAPITULATIF DES ANNULATIONS D'ENREGISTREMENT D'AOP/IGP

Dénomination	Type de produit (catégorie de produit)	AOP / IGP	Etat membre (ou pays tiers)	Annulation demandée par	Motifs de l'annulation ou du rejet de l'annulation	Statut	Date de publication de la demande d'annulation	Date d'annulation
<u>Cas n° 1 :</u> Newcastle Brown Ale	Bière (Classe 2.1)	IGP	Royaume-Uni	La demande d'annulation a été présentée par le groupement ayant demandé l'enregistrement de l'IGP : Scottish and Newcastle Plc (Royaume-Uni).	« *La production sur le site de Newcastle-upon-Tyne indiqué dans le cahier des charges de l'IGP « Newcastle Brown Ale » n'est plus rentable sur le plan commercial. Le site de la brasserie au centre ville de Newcastle-upon-Tyne pose des problèmes opérationnels. Ces difficultés ont amené Scottish & Newcastle Plc à prendre la décision de fermer la brasserie de Newcastle et déplacer la production vers un autre site au nord est de l'Angleterre. Par conséquent, le cahier des charges n'est plus respecté en ce qui concerne l'aire géographique délimitée pour l'IGP, à savoir la ville de Newcastle-upon-Tyne. En tant que marque déposée, « Newcastle Brown Ale » a été enregistrée, à l'initiative d'un seul producteur, comme indication géographique protégée (IGP) dans le registre communautaire, à la condition que ledit producteur n'empêche pas les autres producteurs, élaborant le produit dans l'aire géographique délimitée conformément au cahier des charges, d'utiliser l'IGP. Le cahier des charges de l'IGP incluait toutefois des ingrédients (souche de levure, mélange*	Annulé	18/11/2006 JO C 280 du 18.11.2006, p. 13	10/08/2007 JO L 210 du 10.8.2007, p. 26–27

					spécial d'eau et de sel) qui sont tenus secrets par Scottish & Newcastle Plc et aucun autre producteur ne pouvait donc utiliser la dénomination protégée sans que Scottish & Newcastle Plc ait consenti à l'utilisation de ces ingrédients. Scottish & Newcastle Plc a cependant expliqué clairement qu'elle ne consentirait jamais, quelles que soient les circonstances, à révéler le détail des ingrédients tenus secrets ou à autoriser un autre producteur à les utiliser. Pour ces motifs, les conditions fixées dans le règlement (CE) n°510/06, concernant l'utilisation de l'IGP «Newcastle Brown Ale», ne peuvent être remplies. Il est donc à présent nécessaire d'annuler l'IGP. »			
Cas n° 2 : Bad Niedernauer Quelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Le demandeur était le seul producteur de l'appellation protégée : Bad Niedernauer Römerquelle (Allemagne).	L'entreprise demanderesse a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	22/08/2007 JO C 194 du 22.8.2007, p. 19	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15
Cas n° 3 : Gemminger Mineralquelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Les demandeurs étaient les seuls producteurs de l'appellation protégée : Wüteria Schlossbrunnen (Allemagne).	L'entreprise demanderesse a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	23/08/2007 JO C 195 du 23.8.2007, p. 15	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15

Cas n° 4 : Kisslegger Mineralquelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Les demandeurs étaient les seuls producteurs de l'appellation protégée : Mineralbrunnen Überkingen Teinach AG (Allemagne).	L'entreprise demanderesse a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	22/08/2007 JO C 194 du 22.8.2007, p. 20	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15
Cas n° 5 : Lieler Quelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Le demandeur était l'État membre responsable de la mise en œuvre des mesures de contrôle applicables aux appellations protégées. Le seul producteur de l'AOP a marqué son accord sur l'annulation : Bundesministerium der Justiz (Allemagne).	Le seul producteur de l'AOP a refusé l'exécution des mesures de contrôle. L'organe de contrôle compétent a alors invité les autorités compétentes du gouvernement fédéral à demander l'annulation de l'enregistrement de ladite appellation. Le producteur a ensuite approuvé la demande d'annulation.	Annulé	23/08/2007 JO C 195 du 23.8.2007, p. 14	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15
Cas n° 6 : Löwensteiner Mineralquelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Le demandeur était le seul producteur de l'AOP : Teusser Mineralbrunnen Karl Rössle GmbH & Co. KG (Allemagne).	Le demandeur a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	22/08/2007 JO C 194 du 22.8.2007, p. 18	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15

Cas n° 7 : Teinacher Mineralquelle	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Le demandeur était le seul producteur de l'AOP : Mineralbrunnen Überkingen Teinach AG (Allemagne).	Le demandeur a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	23/08/2007 JO C 195 du 23.8.2007, p. 13	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15
Cas n° 8 : Überkinger Mineralquellen	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Le demandeur était le seul producteur de l'AOP : Mineralbrunnen Überkingen - Teinach AG (Allemagne).	Le demandeur a décidé de ne plus utiliser l'appellation comme AOP et a donc souhaité ne plus devoir supporter les frais liés aux contrôles.	Annulé	23/08/2007 JO C 195 du 23.8.2007, p. 16	22/05/2008 JO L 132 du 22.5.2008, p. 14–15
Cas n° 9 : Arroz del Delta del Ebro	Céréales (Classe 1.6)	IGP	Espagne	La demande d'annulation a été présentée par le groupement ayant demandé l'enregistrement. Le groupement a demandé simultanément l'enregistrement de l'AOP « Arroz del Delta del Ebro » ou « Arrós del Delta de l'Ebre » : Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida « Arroz del Delta del Ebro ».	« Du fait de sa classification initiale en 1985 dans la Communauté autonome d'origine «Cataluña» en appellation de qualité («Denominación de Calidad») «Arroz del Delta del Ebro» et de son homologation au niveau national comme appellation spécifique («Denominacion especifica»), et compte tenu des délais alors fixés pour la présentation d'une demande au niveau communautaire, un dossier a été transmis à la Commission en 1993 en vue de sa protection internationale dans la Communauté européenne sous l'IGP «Arroz del Delta del Ebro». L'indication en question a ensuite été inscrite au registre communautaire des AOP et des IGP le 21 juin 1996, conformément à la procédure visée à l'article 17 du règlement (CEE) no 2081/92. Le groupement demandeur considère	Annulé	22/12/2007 JO C 314 du 22.12.2007, p. 44–45	28/10/2008 JO L 283 du 28.10.2008, p. 32–33

					qu'étant donné que l'Arroz del Delta del Ebro possède des caractéristiques spécifiques qui tiennent exclusivement à l'aire géographique délimitée ou au milieu géographique avec ses facteurs naturels et humains, et que sa production et sa transformation se déroulent intégralement dans l'aire géographique délimitée, on peut en conclure que le produit remplit les critères établis dans le règlement (CE) no 510/2006 pour l'enregistrement d'une AOP. Il en résulte que le groupement demande l'annulation, conformément à l'article 12, paragraphe 2, du règlement (CE) no 510/2006, dans le registre des appellations d'origine et des indications géographiques protégées de l'indication géographique protégée «Arroz del Delta del Ebro» et son enregistrement immédiat dans ledit registre en tant qu'appellation d'origine protégée «Arrozdel Delta del Ebro» ou «Arrós del Delta de l'Ebre». »			
Cas n° 10 : Höllen Sprudel	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	L'entreprise demanderesse (Brunnenverwaltung Höllensprudel) agissait pour le compte de l'entreprise propriétaire et exploitante de la Heilquelle Höllen Sprudel et avait donc un intérêt légitime à l'égard de la présente demande d'annulation (Allemagne).	En tant qu'entreprise propriétaire et seule exploitante de la Heilquelle Höllen Sprudel, l'entreprise de production de gaz carbonique Hölle Dr. Fritz Wiede GmbH & Co. n'avait plus d'intérêt à faire protéger ce nom en tant qu'appellation d'origine au sens du règlement (CE) nº 510/2006, d'autant plus que ce nom était suffisamment protégé par le règlement concernant les eaux minérales et les eaux de consommation.	Annulé	09/12/2009 JO C 299 du 9.12.2009, p. 23	01/03/2011 JO L 56, 1.3. 2011, p. 3–4

<u>Cas n° 11 :</u> Rieser Weizenbier	Bière (Classe 2.1)	IGP	Allemagne	La société Ankerbräu Nördlingen GmbH & Co. KG était le successeur juridique du demandeur initial, la société Rieser Weizenbier GmbH, avec laquelle elle avait fusionné en 1997 (Allemagne).	« *Le demandeur affirme que la protection de la dénomination d'origine « Rieser Weizenbier » ne présente plus d'intérêt commercial pour lui. Cette dénomination n'apporte aucun avantage pour la vente du produit dans la région d'origine, car elle y est de toute manière connue, tandis que le nom de « Ries » est trop peu connu au-delà de cette région.* *Il n'y a guère d'intérêts légitimes qui s'opposeraient à l'annulation de l'indication géographique protégée.* *Outre le demandeur ou la société Rieser Weizenbier GmbH, il n'y a apparemment pas d'autre utilisateur de la dénomination d'origine « Rieser Weizenbier ».* *Des sondages effectués par la Handwerkskammer für Schwaben (chambre des métiers de Souabe) et par le Verband mittelständischer Privatbrauereien in Bayern e.V. (association bavaroise des brasseries privées de taille moyenne) n'ont pas non plus montré d'intérêt de la part d'autres brasseries établies dans le Nördlinger Ries pour l'utilisation de l'indication géographique en question. C'est pourquoi ces établissements n'ont pas formulé d'objection à l'encontre de l'annulation de la protection dont bénéficie la dénomination d'origine « Rieser Weizenbier ». Ce qui précède vaut également pour le Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaf und Forsten (ministère bavarois de l'agriculture et des forêts), l'IHK Schwaben (chambre de commerce et d'industrie de Souabe) et le Bayerische Brauerbunde.V. (fédération des brasseurs*	Annulé	10/12/2009 JO C 300 du 10.12.2009, p. 22–23	01/03/2011 JO L 56, 1.3. 2011, p. 7–8

					bavarois), qui ont été interrogés par leMarkenabteilung (division des marques). *À l'appui de cette appréciation, on notera également que le Nördlinger Ries, auquel le terme « Rieser » fait référence, ne constitue qu'une aire géographique relativement restreinte et que la dénomination d'origine en cause ne jouit manifestement pas d'une réputation au-delà de la région concernée.* »			
Cas n° 12 : Gögginger Bier	Bière (Classe 2.1)	IGP	Allemagne	L'entreprise demanderesse (Brauerei Ott GmbH& Co. KG) était le successeur juridique de l'ancienne entreprise demanderesse et exploitante de l'IGP « GöggingerBier » et avait donc un intérêt légitime à l'égard de la présente demande d'annulation (Allemagne).	« *La Schussenrieder Bierbrauerei Ott a racheté la Brauerei Adler implantée auparavant dans l'aire géographique de Krauchenwies-Göggingen et en a transféré la production à Bad Schussenried. Une reprise de la production à Krauchenwies-Göggingen n'est pas envisagée. Les produits de la Schussenrieder Bierbrauerei Ott ne remplissent donc plus les conditions du cahier des charges de l'IGP « Gögginger Bier ». Le Regierungspräsidium de Karlsruhe — en qualité d'autorité de contrôle compétente — a confirmé, par note du 26 septembre 2007, que la Brauerei Adler était la seule brasserie située dans l'aire géographique de Krauchenwies-Göggingen et que l'on pouvait donc en déduire qu'il n'existait aucun autre producteur potentiel susceptible d'être intéressé par l'utilisation de l'indication géographique protégée.* *Dans ces conditions, il ne semble pas qu'il puisse y avoir d'intérêts légitimes de tiers susceptibles de s'opposer à l'annulation de l'indication géographique protégée.* »	Annulé	23/12/2009 JO C 315 du 23.12.2009, p. 26	01/03/2011 JO L 56, 1.3. 2011, p. 5–6
Cas n° 13 :	Bière (Classe	IGP	Allemagne	L'entreprise demanderesse	L'entreprise demanderesse était la seule utilisatrice de l'IGP. Elle n'était plus	Annulé	24/10/2012	15/11/2013

Wernesgrüner Bier	2.1)			(Wernesgrüner Brauerei GmbH) était le successeur juridique de la déposante initiale et utilisatrice de l'IGP (Allemagne).	intéressée par l'utilisation de la dénomination « Wernesgrüner Bier » en tant qu'appellation d'origine et a donc souhaité ne plus avoir à en supporter les coûts de contrôle. Aucun autre producteur ne pouvait être intéressé par l'utilisation de cette appellation d'origine.		JO C 322 du 24.10.2012, p. 13	JO L 305 du 15.11.2013, p. 5–6
Cas n° 14 : Kołocz śląski / kołacz śląski	Produits de la boulangerie, pâtisserie, confiserie ou biscuiterie (Classe 2.4)	IGP	Pologne	Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks eV (Allemagne)	La demande d'annulation ne tombait dans aucun des deux cas mentionnés à l'article 54, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement (UE) n° 1151/2012 et ne remplissait donc pas les conditions prévues par cet article. La demande d'annulation de l'IGP « Kołocz śląski/kołacz śląski » transmise par l'Allemagne a donc été rejetée.	Demande rejetée JO L 306 du 16.11.2013, p. 40	X	X
Cas n° 15 : Jihočeská Niva	Fromages (Classe 1.3)	IGP	République Tchèque	Slovaquie	La demande d'annulation ne tombait dans aucun des deux cas mentionnés à l'article 54, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement (UE) n° 1151/2012 et ne remplissait donc pas les conditions prévues par cet article. La demande d'annulation de l'IGP « Jihočeská Niva » transmise par la Slovaquie a donc été rejetée	Demande rejetée JO L 333 du 20.11.2014, p. 24-25	X	X
Cas n° 16 : Jihočeská Zlatá Niva	Fromages (Classe 1.3)	IGP	République Tchèque	Slovaquie	La demande d'annulation ne tombait dans aucun des deux cas mentionnés à l'article 54, paragraphe 1, premier alinéa, du règlement (UE) n° 1151/2012 et ne remplissait donc pas les conditions prévues par cet article. La demande d'annulation de l'IGP « Jihočeská Zlatá Niva » transmise par la Slovaquie a donc été rejetée.	Demande rejetée JO L 333 du 20.11.2014, p. 23	X	X

<u>Cas n° 17 :</u> Rilchinger Amandus-Quelle Ensinger Mineralquelle Graf Meinhard Quelle Gießen Haltern-Quelle Bad Hersfelder Naturquell Vesalia-Quelle Blankenburger WiesenquellGermany Wildenrath-Quelle Bissinger Auerquelle Bad Pyrmonter Birresborner Caldener Mineralbrunnen Felsenquelle Beiseförth Germany	Eaux minérales naturelles et eaux de source (Classe 2.2)	AOP	Allemagne	Commission européenne	Selon le règlement (CE) n° 692/2003 du Conseil du 8 avril 2003 modifiant le règlement (CEE) n° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, point 3 : « *Les eaux minérales et les eaux de sources font déjà l'objet de la directive 80/777/CEE du Conseil du 15 juillet 1980 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'exploitation et la mise dans le commerce des eaux minérales naturelles (6). Même si cette directive n'a pas exactement la même finalité que le règlement (CEE) n° 2081/92, elle réalise toutefois une réglementation suffisante au niveau communautaire des dites eaux minérales et eaux de sources; en conséquence, il n'est pas opportun d'enregistrer des dénominations concernant les eaux minérales et les eaux de sources. Il convient, donc de supprimer les eaux minérales et les eaux de sources de l'annexe I du règlement (CEE) n° 2081/92. Étant donné que certaines dénominations avaient déjà été enregistrées par le règlement (CE) n° 1107/96 de la Commission du 12 juin 1996 relatif à l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine au titre de la procédure prévue à l'article 17 du règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil (7), il convient pour éviter tout préjudice, de prévoir une période transitoire jusqu'au 31 décembre 2013, après laquelle ces dénominations ne feront plus partie du registre prévu à l'article 6, paragraphe 3, du règlement (CEE) n° 2081/92*. »	Annulé	X	01/01/2014 JO L 99, du 17.04.2003, p. 1–7

Haaner Felsenquelle Göppinger Quelle Rilchinger Gräfin Mariannen Katlenburger Burgbergquelle Leisslinger Mineralbrunnen Siegsdorfer Petrusquelle Rhenser Mineralbrunnen Schwollener Sprudel Steinsieker Mineralwasser Wernigeröder Mineralbrunnen								

<u>Cas n° 18 :</u> Carne de Morucha de Salamanca	Viande (et abats) frais (Classe 1.1)	IGP	Espagne	Conseil régulateur de l'IGP Carne de Morucha de Salamanca	« *Les producteurs de l'IGP « Carne de Morucha de Salamanca » travaillent depuis des années à l'intégration des hybrides dans leurs exploitations. Cela est nécessaire afin de s'adapter aux temps modernes et d'assurer la survie de la race morucha, qui, dans le cas contraire, est vouée à disparaître. En effet, l'exploitation pure race des races autochtones en général, et tout particulièrement de cette race, reste largement limitée aux élevages inscrits au livre généalogique. Le croisement entre des reproductrices de la race autochtone et des mâles de races destinées à la production de viande (telles que les races Charolaise ou Limousine) reste la pratique la plus commune.* *Avant tout, les producteurs de l'IGP « Carne de Morucha de Salamanca » souhaitent préserver et défendre la qualité du produit, en sauvegardant les spécificités propres à la viande salmantine traditionnelle et en maintenant le lien avec l'environnement de production et le mode traditionnel d'élevage extensif en pâturages. Les parties concernées considèrent que dans ce cas, il convient de solliciter une nouvelle dénomination. En effet, si la dénomination du produit couvre, non seulement les animaux de race morucha, mais aussi les croisements d'animaux de cette race avec d'autres races, elle ne doit pas faire référence à la race morucha du fait de la confusion qui pourrait en découler pour le consommateur. La dénomination à enregistrer comme IGP serait donc « Carne de Salamanca ». Afin d'enregistrer la nouvelle dénomination, il est*	Annulé	24/06/2017 JO C 201 du 24.6.2017, p. 5–6	17/01/2018 JO L 12 du 17.1.2018, p. 22–23

					nécessaire de se conformer à l'article 6, paragraphe 3, du règlement (UE) n° 1151/2012 et d'annuler par conséquent l'IGP « Carne de Morucha de Salamanca », étant donné que la dénomination « Carne de Salamanca » est partiellement homonyme de l'IGP enregistrée, ce qui risque d'induire les consommateurs en erreur. »			
<u>Cas n° 19 :</u> Mostviertler Birnmost	Autres produits de l'annexe I du traité (épices; etc.) (Classe 1.8)	IGP	Autriche	L'entreprise demanderesse Regionalverband noewest-mostviertel était le successeur juridique du groupement à l'origine de la demande initiale concernant l'indication géographique « Mostviertler Birnmost » et pouvait donc se prévaloir d'un intérêt légitime à l'égard de la présente demande d'annulation.	« *L'entreprise demanderesse est manifestement à ce jour la seule utilisatrice de l'indication géographique protégée. Elle n'est plus intéressée par l'utilisation de la dénomination « Mostviertler Birnmost » en tant qu'appellation d'origine et souhaite donc ne pas avoir à en supporter les coûts de contrôle. L'indication protégée est sans incidence sur la vente du produit sur place (environ 90 % des ventes ont lieu dans l'aire géographique) étant donné que la dénomination y est de toute façon déjà connue. Le faible volume de production (environ 300 l de poiré par exploitation, seules 3 exploitations étant en activité) et le fait que la réputation du produit dépasse à peine la frontière régionale plaident également en faveur d'une suppression de la protection conférée à l'indication d'origine « Mostviertler Birnmost ».* *Il n'est pas constaté d'intérêts légitimes susceptibles de s'opposer à l'annulation de l'indication géographique protégée. Tous les producteurs connus du produit portant l'indication géographique protégée «Mostviertler Birnmost» sont d'accord pour que la dénomination enregistrée soit annulée et soutiennent la présente demande d'annulation.* »	Annulé	17/02/2018 JO C 62 du 17.2.2018, p. 15	10/12/2018 JO L 313 du 10.12.2018, p. 4

Cas n° 20 : Viande de porc, marque nationale grand-duché de Luxembourg	Viande (et abats) frais (Classe 1.1)	IGP	Luxembourg	*Pas de données disponibles*	*Demande en cours d'étude*	Demande introduite (08/10/2018)	*Demande en cours d'étude*	*Demande en cours d'étude*
Cas n° 21 : Salaisons fumées, marque nationale grand-duché de Luxembourg	Produits à base de viande (cuits, salés, fumés, etc.) (Classe 1.2)	IGP	Luxembourg	*Pas de données disponibles*	*Demande en cours d'étude*	Demande introduite (08/10/2018)	*Demande en cours d'étude*	*Demande en cours d'étude*
Cas n° 22 : Miel – Marque nationale du Grand-Duché de Luxembourg	Autres produits d'origine animale (œufs, miel, produits laitiers sauf beurre, etc.) (Classe 1.4)	AOP	Luxembourg	*Pas de données disponibles*	*Demande en cours d'étude*	Demande introduite (21/10/2019)	*Demande en cours d'étude*	*Demande en cours d'étude*
Cas n° 23 : Neusiedlersee-Hügelland	Vin	AOP	Autriche	*Pas de données disponibles*	*Demande en cours d'étude*	Demande introduite (21/02/2020)	*Demande en cours d'étude*	*Demande en cours d'étude*

Cas n° 24 : Südburgenland	Vin	AOP	Autriche	*Pas de données disponibles*	*Demande en cours d'étude*	Demande introduite (21/02/2020)	*Demande en cours d'étude*	*Demande en cours d'étude*

Sources :

- https://eur-lex.europa.eu/homepage.html
- https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/
- https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=fr
- https://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/

ANNEXE 4

EXEMPLES DE MARQUES ENREGISTREES

I. Exemples de marques collectives enregistrées auprès de l'EUIPO

000226118 - RIOJA CONSEJO REGULADOR DENOMINACION ORIGEN CALIFICADA + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**000226118**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**11/04/1996**
Date de l'enregistrement	**19/11/1998**
Classification de Nice	**33**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE**
Référence	**MC005/96**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification...	**7563**
Nom du titulaire	**CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA " RIOJA "**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification...	
Nom du représentant	

Dernière publication

04/03/2016 **C.2.4**

000260760 - Chateauneuf-du-Pape Contrôlé + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**000260760**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**07/05/1996**
Date de l'enregistrement	**25/06/1998**
Classification de Nice	**33**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE**
Référence	**S112.22EM.1**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification...	**11664**
Nom du titulaire	**Syndicat des Vignerons de l'Appellation d'Origine Châteauneuf-du-Pape**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification...	**94814**
Nom du représentant	**Ernst & Young Société d'Avocats**

Dernière publication

05/02/2020 **C.1.3**

003575867 - CONSEJO REGULADOR CAVA + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**003575867**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**09/12/2003**
Date de l'enregistrement	**22/03/2005**
Classification de Nice	**33, 35, 39**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE**
Référence	**2235-23668**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification... **180131**

Nom du titulaire **CONSEJO REGULADOR DEL CAVA**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification... **19020**

Nom du représentant **BAKER & MCKENZIE BARCELONA**

Dernière publication

18/04/2019 **C.3.5**

001126481 - PARMIGIANO REGGIANO + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**001126481**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**02/04/1999**
Date de l'enregistrement	**21/12/2000**
Classification de Nice	**29**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE**
Référence	**20960**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification... **23584**

Nom du titulaire **CONSORZIO DEL FORMAGGIO PARMIGIANO REGGIANO**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification... **24534**

Nom du représentant **STUDIO LEGALE BIRD & BIRD**

Dernière publication

26/03/2019 **D.1**

006103899 - PARMIGIANO REGGIANO + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**006103899**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**16/07/2007**
Date de l'enregistrement	**18/09/2008**
Classification de Nice	**29**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE sur laquelle est fondée la DI**
Référence	**MC96E/EPV/RAS/rfp**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification... **23584**

Nom du titulaire **CONSORZIO DEL FORMAGGIO PARMIGIANO REGGIANO**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification... **24534**

Nom du représentant **STUDIO LEGALE BIRD & BIRD**

Dernière publication

07/06/2018 **C.2.2**

II. Exemples de marques de certifications enregistrées auprès de l'EUIPO

017321738
Marque sans texte

Titulaires:
Prüfgemeinschaft Mauerbohrer e. V.

017285578
NORMPACK
Titulaires:
Sierteelt Verpakkings Pool C.V.

017384496
VERIFIED by SafeShops.be

Classe 35

Titulaires:
SafeShops.be

017878132
CAAE

Classes: 3, 29, 30, 31, 32, 33

Titulaires:
ASOCIACIÓN VALOR ECOLOGICO, CAAE

018055852 + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	**018055852**
Type	**Figurative**
Date de dépôt	**25/04/2019**
Date de l'enregistrement	**22/05/2020**
Classification de Nice	**2, 3, 4, 5, 18, 20, 22, 29, 30, 31, 32, 33**
Statut de la marque	**Enregistré**
Base	**MUE**
Référence	**TRM2515741EU00**

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification...	**395157**
Nom du titulaire	**The European Union, represented by the European Commission**

Informations sur le représentant

Numéro d'identification...	**10580**
Nom du représentant	**GEVERS**

Dernière publication

08/06/2020	**B.1**

III. **Exemples de marques collectives géographiques**

012787404 - SAVON DE MARSEILLE + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	012787404
Type	Figurative
Date de dépôt	11/04/2014
Date de l'enregistrement	08/09/2014
Classification de Nice	3, 41, 42
Statut de la marque	Enregistré
Base	MUE
Référence	

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification...	573578
Nom du titulaire	UNION DES PROFESSIONNELS DU SAVON DE MARSEILLE (UPSM)

Informations sur le représentant

Numéro d'identification...	21632
Nom du représentant	Myriam Angelier

Dernière publication

10/09/2014 B.1

000481812 - VETRO ARTISTICO MURANO + d'infos

Informations sur la marque

Numéro de la marque	000481812
Type	Figurative
Date de dépôt	04/03/1997
Date de l'enregistrement	25/09/1998
Classification de Nice	11, 14, 19, 20, 21, 34
Statut de la marque	Enregistré
Base	MUE sur laquelle est fondée la DI
Référence	702.663

Informations sur le titulaire

Numéro d'identification...	24107
Nom du titulaire	REGIONE DEL VENETO

Informations sur le représentant

Numéro d'identification...	
Nom du représentant	

Dernière publication

04/01/2017 D.1

IV. Marques complexes enregistrées pour l'AOP Châteauneuf-du-Pape

A. Marques enregistrées par le Syndicat des Propriétaires viticulteurs de Châteauneuf-du-Pape

(marque sans texte)

Marque française

Déposant : Syndicat des Propriétaires viticulteurs de Châteauneuf-du-Pape, Syndicat
Numéro : 96605136
Classe : 33
Statut : Marque renouvelée

Ajouter à ma liste

Chateauneuf-du-Pape Contrôlé

Marque de l'Union européenne

Déposant : Syndicat des Vignerons de l'Appellation d'Origine Châteauneuf-du-Pape
Numéro : 260760
Classe : 33

Ajouter à ma liste

Chateauneuf-du-Pape Contrôlé

Marque internationale

Déposant : Syndicat des Vignerons de l'Appellation d'Origine Châteauneuf-du-Pape
Numéro : 942239
Classe : 33

Ajouter à ma liste

B. Marques enregistrées par l'Association La Mitrale de Châteauneuf-du-Pape

(marque sans texte)

Marque française

Déposant : ASSOCIATION LA MITRALE DE CHATEAUNEUF-DU-PAPE, Association régie par la loi du 1er Juillet 1901
Numéro : 3169321
Classe : 33
Statut : Marque renouvelée

Ajouter à ma liste

(marque sans texte)

Marque de l'Union européenne

Déposant : ASSOCIATION LA MITRALE DE CHATEAUNEUF-DU-PAPE
Numéro : 2801454
Classe : 33

Ajouter à ma liste

C. Marques enregistrées par le domaine Clos des Papes

CLOS DES PAPES

Marque française

Déposant : AVRIL Paul
Numéro : 3208259
Classe : 33
Statut : Marque renouvelée

Ajouter à ma liste

CLOS DES PAPES

Marque internationale

Déposant : AVRIL Paul Vincent
Numéro : 807414
Classe : 33

Ajouter à ma liste

Sources :

- https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr
- https://bases-marques.inpi.fr/

INDEX

(Les chiffres renvoient aux numéros de page)

A

Accord sur les ADPIC, 12, 14, 68, 97, 180, 223, 265, 345

Accord bilatéral, 76, 79, 247, 266

Accord international, 78, 79, 86, 212

Accord multilatéral, 13, 80, 265

AOC, 9, 18, 19, 20, 44, 118, 122 et s., 137, 147 et s., 154, 182, 209, 230

AOP, 10, 11, 13, 15 et s., 21, 23, 28, 38, 47, 48, 58, 64, 67, 70, 88, 94, 97, 102 et s., 115 et s., 123, 134, 137 et s., 147 et s., 172, 181, 183 et s., 188 et s., 198 et s., 205 et s., 211 et s., 220, 222, 226 et s., 231, 236 et s., 248, 258, 262, 264 et s., 268 et s., 276

Arrangement de Lisbonne, 10, 13, 68, 265

Arrangement de Madrid, 13, 265

C

Cahier des charges, 13, 15, 18, 19, 23, 29 et s., 34 et s., 37, 41, 44 et s., 93, 96, 104 et s., 110, 118 et s., 136, 139 et s., 145 et s., 188, 190, 194, 197, 201, 207, 232, 261 et s., 268, 273 et s.

Coexistence de signes, 204, 221, 225 et s., 231, 258

Convention de Paris, 13, 180, 223, 265

D

Dégénérescence, 26, 42, 65 et s., 75, 79, 88, 92, 94, 99, 101, 202

E

Evocation, 16, 207, 237 et s., 245 et s., 258, 268

G

Générique, 26, 27, 41, 42, 66 et s., 75 et s., 80 et s., 92 et s., 99, 101, 202, 209

I

IGPIA, 10, 17, 183
INAO, 44, 103 et s., 111 et s., 122, 183, 188, 200, 262, 273
Indication de provenance, 15, 128, 137
INPI, 183, 199, 271

M

Marque collective, 16, 100, 160, 161 et s., 165 et s., 168 et s., 192 et s., 198, 202, 263, 266, 268, 270, 271 et s., 275, 282, 283
Marque collective de certification, 16, 159, 161 et s., 171 et s., 193 et s.
Marque déceptive, 170, 259
Marque distinctive, 164, 169, 170, 173, 178, 196, 259
Marque individuelle, 49, 51, 144, 192, 194, 261
Marque géographique, 137, 168, 235, 255 et s., 263 et s., 268 et s., 271

N

Nature juridique, 21, 22, 179, 180, 185, 258
Nom géographique, 8, 11, 21, 23, 31, 41, 56, 65 et s., 74, 79, 96, 114, 124, 136 et s., 145, 155, 156, 168 et s., 178, 209, 212, 240, 247, 256, 258 et s., 268, 280

O

ODG, 94 et s., 102 et s., 122, 200, 263, 272
OMC, 12, 14, 57, 68, 265
OMPI, 199, 265, 267
Opérateur, 16, 21, 31, 32, 43, 57, 79, 95 et s., 120, 126, 133, 149, 155, 188, 200, 248, 251, 262, 268, 273

P

Plan de contrôle, 102, 105, 109 et s., 122
Principe de spécialité, 88, 205, 206, 208 et s.
Principe de traitement national, 29, 57

R

Registre, 20, 36, 64, 122, 155

T

Terroir, 9, 13, 21, 33, 49, 82, 95 et s., 98, 104, 172, 185, 190, 261, 276, 280, 283

Titulaire, 95, 99 et s., 113, 145 et s., 162, 167 et s., 184 et s., 193, 198 et s., 218 et s., 222 et s., 226, 236, 249, 258, 262, 264, 276

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS **3**

LISTE DES ABREVIATIONS **4**

SOMMAIRE **7**

INTRODUCTION **8**

PARTIE 1
L'EXTINCTION DES DROITS DES AOP/IGP **23**

CHAPITRE 1
La perte de la protection des AOP/IGP **26**

Section 1. La perte de la protection par l'annulation 28

§1. Le fondement de la demande 29

A. Les motifs d'annulation 29

1. Le non-respect du cahier des charges 29

2. L'absence de commercialisation du produit pendant sept ans 34

B. Une demande collective 36

§2. La procédure de l'examen de la recevabilité 40

A. L'auteur de la demande d'annulation 41

1. L'engagement de la procédure par les institutions européenne et nationale 41

a) L'annulation par la Commission européenne 41

b) La demande d'annulation par les Etats membres ou pays tiers 43

2. La demande d'annulation par toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime 47

B. L'examen de la demande d'annulation 52

1. L'examen préalable obligatoire national 52

2. L'examen de la demande par la Commission européenne 58

Section 2. La perte de la protection par la dégénérescence 65

§1. Le risque de dégénérescence par faits extérieurs 66

A. Le processus de négociation sur la scène internationale 67

1. La difficile reconnaissance des noms devenus génériques 68

2. L'importance des accords bilatéraux : l'abandon du caractère générique de certaines dénominations 75

B. L'appréciation du caractère générique par le juge européen 80
1. L'articulation des différents critères d'appréciation 81
2. L'utilisation de la mention d'une dénomination protégée entrant dans la composition d'un produit alimentaire : un risque de dégénérescence ? 88
§2. Le risque de dégénérescence par faits internes 94
A. La perte de la certification du fait des opérateurs 95
1. L'absence d'obligation d'usage de la dénomination enregistrée 95
2. L'inaction ou la négligence des opérateurs 98
B. Les organismes habilités et la perte de leur certification 102
1. La perte de la certification par le retrait de la reconnaissance de la qualité d'ODG 103
2. La perte de la certification par le retrait de l'agrément de l'organisme de contrôle 111

CHAPITRE 2

Les conséquences de la perte de la protection des AOP/IGP 114

Section 1. L'appréciation des effets dans le temps 115
§1. L'absence supposée d'effet rétroactif 115
A. L'annulation par acte de la Commission européenne 115
B. Les effets de la décision d'annulation au niveau national 121
§2. La mise en place de dispositions transitoires 125
A. La modulation des effets dans le temps de l'annulation par acte de la Commission européenne 126
B. La modulation des effets dans le temps de l'annulation par décision du juge 129
1. Au niveau européen 130
2. Au niveau national 134
Section 2. Les effets sur le nom géographique 136
§1. L'indisponibilité du nom géographique supprimé du registre des AOP et IGP 137
A. Les conditions d'utilisation du nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone d'AOP ou IGP 138
B. Des restrictions à l'usage du droit de la propriété pour les titulaires de marques incluant le nom d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone d'appellation d'origine 145
§2. La question du maintien du titre national 147
A. L'application subsidiaire des droits nationaux et l'enregistrement européen 148
B. L'application exclusive de la protection européenne en matière d'AOP/IGP 150

CONCLUSION DE LA PARTIE 1 155

PARTIE 2
LA MARQUE COMME FORME ALTERNATIVE DE PROTECTION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES 157

CHAPITRE 1

Les relations difficiles entre l'AOP/IGP et la marque 159

Section 1. Des difficultés de rapprochement doctrinal 161
§1. Le dépôt d'une marque de nature collective, un substitut à la protection des AOP/IGP . 161
A. Les caractéristiques propres aux marques collectives et aux marques de certification 162
1. Une harmonisation et l'avènement de la marque de certification 162
2. Le régime juridique de la marque de nature collective 165
B. La marque collective incluant un terme à caractère géographique 168
1. La marque géographique collective 168
2. Marque de certification ou appellation d'origine : une véritable alternative ? 171
§2. Des signes distinctifs en concurrence 179
A. Des signes distinctifs de nature juridique différente 180
1. Un droit de propriété intellectuelle pour le droit positif 180
2. Une divergence de conception pour la doctrine 185
B. Des signes distinctifs aux fonctions et régime juridique différents 189
1. Une différence de fonctions 190
2. Une différence de régime juridique 198
Section 2. Des conflits de priorité de droits 203
§1. L'indisponibilité des AOP et des IGP 205
A. Une protection sur le fondement du droit spécifique aux AOP et IGP 205
1. L'utilisation commerciale pour des produits comparables qui n'y ont pas droit 205
2. Une protection au-delà du principe de spécialité 208
B. Une protection sur le fondement du droit des marques 211
1. L'application des motifs absolus de refus d'une marque : l'action en annulation . 212
2. L'application des motifs relatifs de refus d'une marque : l'action en opposition ... 218
§2. Le maintien conditionnel des droits antérieurs acquis sur une marque 221
A. La primauté conditionnelle des marques notoires ou de renommée 222
B. Une coexistence conditionnelle entre marque antérieure et une AOP/IGP nouvellement enregistrée 226

CHAPITRE 2

Les interactions entre l'AOP/IGP et la marque 234

Section 1. Une osmose doctrinale et de pratique 236

§1. Des éléments de rapprochement des régimes 237

A. La notion d'évocation, inspirée du droit des marques 237

B. La notion du consommateur d'attention moyenne, inspirée du droit des marques .. 245

§2. Des éléments d'apaisement jurisprudentiels 247

A. La protection des AOP : une interprétation téléologique du juge 248

B. Un assouplissement jurisprudentiel en faveur de l' « approche marque » 250

Section 2. Une articulation délicate 255

§1. La validité d'une marque géographique collective en sus de l'AOP/IGP 256

A. La fragilité de la marque géographique au regard des exigences de validité 258

B. L'enregistrement d'une marque territoriale 260

§2. La portée de la marque géographique collective 263

A. L'étendue de la protection juridique de la marque géographique collective 264

1. Une protection nécessaire au-delà des frontières 264

2. Une protection juridique contre-productive 268

B. La valeur ajoutée de la marque géographique collective 271

1. La marque collective, un outil de valorisation 271

2. La marque collective, un outil instable 275

CONCLUSION DE LA PARTIE 2 278

CONCLUSION GENERALE 279

TABLE DE JURISPRUDENCE 284

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 295

ANNEXE 1

COMPILATION DES TEXTES JURIDIQUES EUROPEENS ENCADRANT LES AOP ET LES IGP 317

ANNEXE 2

EXTRAIT DE L'ACCORD SUR LES ASPECTS DES DROITS DE PROPRIETE INTELLECTUELLE QUI TOUCHENT AU COMMERCE (ADPIC) DE L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC) 345

ANNEXE 3
TABLEAU RECAPITULATIF DES ANNULATIONS D'ENREGISTREMENT D'AOP/IGP 349

ANNEXE 4
EXEMPLES DE MARQUES ENREGISTREES 363

INDEX 369

TABLE DES MATIERES 372

La fin d'une appellation d'origine : Étude sur les possibilités juridiques de réappropriation du nom enregistré sous AOP/IGP

Aujourd'hui, des signaux de plus en plus forts suggèrent que le système des appellations d'origine protégées et des indications géographiques a atteint ses limites. En outre, la concurrence d'autres modèles d'organisation qui s'inscrivent dans des logiques commerciales et économiques différentes, offre une alternative au consommateur et interroge sur l'intérêt de poursuivre dans un système empirique qui ne répond peut-être plus au niveau d'exigence initialement défini. Schématiquement, et malgré la diversité des approches juridiques des différents pays, deux conceptions principales s'opposent au niveau international. La première est fondée sur la référence à un terroir délimité défendu par le système des AOP/IGP (observée notamment dans l'Union européenne) tandis que la seconde s'articule autour de la marque privée (observée en grande partie dans les pays du « Nouveau Monde »). Par la mise en perspective des règles existantes et la comparaison de ces deux systèmes, notre travail de recherche consiste à étudier la possibilité de concevoir juridiquement la gestion d'une appellation d'origine par les producteurs eux-mêmes avec un assouplissement de l'intervention de la puissance publique. L'objectif de la thèse n'est pas tant de remettre en question le modèle des AOP/IGP mais surtout de poser les conditions d'une potentielle réappropriation du nom géographique par une sortie collective des producteurs et d'en mesurer les conséquences sur le plan juridique. L'étude s'interroge ensuite sur l'évolution récente du processus de labellisation des produits à travers les marques de nature collective, qui représentent une stratégie alternative de valorisation et de protection pour les indications géographiques.

Mots-clés en français : Appellation d'origine protégée, Marque collective, Protection des indications géographiques, Droit du vin

The end of a designation of orign: Study into the legal possibilities for reappropriation of the PDO/PGI name

Today, increasingly strong signals suggest that the system of protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI) has reached its limits. What is more, the competition coming from other models with different commercial and economic approaches offers an alternative to the consumer and question whether to move on with the same empirical system which may no longer be in line with the level of expectations initially defined. Basically and despite the great variety of legal approaches according to the countries, two major concepts are brought into opposition on the international scene. The first one is based on the reference to a well-defined "terroir" (designation of origin) and is mainly concerned with the European countries while the second one is based on a trade mark and is mainly observed in the "New world" countries. By analyzing the existing rules in depth and by comparing the two concepts, our research is to study the possibility to legally consider the governance of "PDO/PGI" by the producers themselves with a softened intervention of public authority. The aim of the thesis is not to call the PDO/PGI system into question but to assess the conditions of a potential reappropriation of the geographic designation for the producers through leaving the system collectively and measure the consequences from a legal perspective. The study then tackles the recent changes in the products' labelling process through the development of collective marks which represent an alternative for the promotion and the protection of geographical indications.

Mots-clés en anglais : Protected designation of origin, Collective mark, Protection of geographical indications, Wine law

Discipline *: SCIENCES JURIDIQUES*

Spécialité *: Droit public*

Université de Reims Champagne-Ardenne

CRDT - EA 3312

57 rue Pierre Taittinger - 51100 REIMS