

LE CHOIX DE LA PROTECTION JURIDIQUE DE L'INDICATION GEOGRAPHIQUE PORTANT SUR UN PRODUIT ARTISANAL OU INDUSTRIEL

FLORIAN RETIF
CECOJI-UP, UNIVERSITE DE POITIERS

Sous la direction de :

- Madame Laporte-Legeais, professeur à l'université de Poitiers.
- Monsieur Rochard, enseignant-chercheur à l'université de Poitiers.
- Madame Marie-Vivien, docteur en droit et chercheur auprès du Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD).

Année d'inscription : 2014

PRESENTATION DU SUJET DE RECHERCHE.

La protection juridique des indications géographiques (IG) portant sur des produits artisanaux ou industriels est une branche du droit de la propriété intellectuelle qui présente une actualité abondante depuis ces dernières années tant sur un plan national qu'euro péen. À l'heure des premières reconnaissances d'indications géographiques artisanales et industrielles en France, le droit des indications géographiques prend un nouvel essor dans un contexte juridique confus et sans précédent.

Selon l'article 22 de l'accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), entré en vigueur en 1995, les indications géographiques servent à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire lorsqu'une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

De nombreux produits artisanaux ou industriels identifiés à une localité géographique jusque-là délaissés par les consommateurs revêtent désormais un regain d'intérêt. Les pantoufles charentaises, le grenat de Perpignan, le savon de Marseille, les tapisseries d'Aubusson ou encore le siège de Liffol redorent leur blason. Ce constat coïncide avec une volonté politique de valorisation de la production nationale face à une mondialisation sans précédent. À cet égard, le rapport du député Yves Jégo de 2010 « *En finir avec la mondialisation anonyme* » s'inscrit parfaitement dans cette dynamique. Il en résulte une double vocation de la protection juridique des indications géographiques portant sur des produits artisanaux ou industriels. D'une part, les instruments juridiques visent à mieux lutter contre les contrefaçons ou les actes de concurrence déloyale. D'autre part, les instruments juridiques jouent également un rôle subsidiaire à portée commerciale en tant qu'outils de marketing.

Subséquent, le législateur français a renforcé le droit positif en instaurant un nouveau titre *sui generis* spécialement conçu pour les indications géographiques (IG) portant sur des produits de l'artisanat ou de l'industrie. Il s'agit de l'indication géographique protégée pour les produits industriels et artisanaux (IGPIA), titre instauré par la loi de consommation de 2014 et transcrit à l'article L. 721-2 du code de la propriété intellectuelle. À l'échelle de l'Union européenne, la Commission s'est emparée du sujet en élaborant en 2014 un livre vert relatif à un projet d'extension des titres *sui generis* existant aux produits non agricoles. Il s'agit de l'appellation d'origine protégée (AOP) et de l'indication géographique protégée (IGP). Mais dans un même temps, l'évolution du droit des marques de l'Union européenne, notamment à travers le « paquet marque » de 2015, a privilégié la marque collective en vue de protéger un signe servant à désigner une provenance géographique. Ainsi, la protection juridique des IG artisanales ou industrielles fait face à un dualisme des mécanismes de protection.

La première partie de la thèse est consacrée à la description des deux mécanismes de protection des IG artisanales ou industrielles.

D'une part, la validité d'une marque géographique collective composée d'un signe jouant le rôle d'une indication géographique a évolué sous l'impulsion du droit des marques européen. Désormais, une telle marque pourra être exploitée par tout producteur légitime dans l'aire géographique où est fabriqué le produit visé qui respecte le règlement d'usage. Or l'analyse de cas d'espèce comme, par exemple, les marques collectives « Dentelle de Calais-Caudry » ou « Savon de Marseille », révèle l'existence de règlements d'usage assimilables à de véritables cahiers des charges fixant les caractéristiques, voire même les méthodes de fabrication, du produit protégé par le signe déposé.

D'autre part, la multitude des titres *sui generis* tant du système français que du système communautaire complexifie sérieusement l'usage de ces signes distinctifs. En France, leurs dispositions se répartissent dans pas moins de trois codes : code de la consommation, code rural et code de la propriété intellectuelle. De manière générale, leur disponibilité se détermine selon la nature du produit artisanal ou industriel.

Il ressort de ce dualisme des mécanismes de protection la nécessaire détermination de critères de sélection du signe distinctif adéquat. Or, l'un des critères prépondérants dans le cadre des indications géographiques est le lien de rattachement entre le produit et son territoire. En effet, nous ne pouvons évoquer la notion d'indication géographique (IG), telle prévue par l'Accord sur les ADPIC, qu'en présence d'un lien de rattachement entre « produit » et « territoire ». À défaut, il s'agira d'une seule indication de provenance (IP) qui indiquera seulement que le produit a été fabriqué sur la localité sans présenter un quelconque lien de rattachement spécifique.

La seconde partie de la thèse est consacrée à la détermination du signe distinctif adéquat entre la marque collective et les titres *sui generis* (appellation d'origine et indication géographique protégée) selon le degré d'intensité du lien de rattachement du produit au territoire de fabrication.

Cette perspective est envisagée en droit positif à l'échelle nationale et en droit prospectif à l'échelle européenne dès lors que les titres *sui generis* communautaires (AOP-IGP) doivent prochainement être disponibles pour les produits non agricoles européens et provenant de pays tiers. Parmi les titres *sui generis*, les appellations d'origine impliquent un fort lien constitué de facteurs naturels et humains tandis que les indications géographiques protégées seront envisageables en présence d'un lien relatif. Les marques collectives seront, quant à elles, le signe distinctif privilégié pour les indications de provenance ne présentant aucun lien d'attachement particulier. Notre proposition de hiérarchisation des signes distinctifs implique

toutefois un approfondissement des facteurs de rattachement propres aux produits artisanaux et industriels.

À la lumière de la pratique et à l'appui de cas d'étude dans l'UE et hors de l'UE, nous proposons des critères d'évaluation portant sur chacun des facteurs de rattachement majeurs pour les produits artisanaux ou industriels. Ainsi, le « savoir-faire traditionnel » et la « réputation » du produit sont des facteurs humains très souvent rencontrés tandis que la « matière première locale » constitue un facteur naturel d'attachement secondaire.

Cela dit, il ne suffit pas de constater ; il convient plutôt de définir et d'évaluer ces facteurs de rattachement au regard de notre domaine d'étude. Par exemple, la seule réputation du produit suffit à protéger l'indication géographique par une IGPIA en France ou une IGP en Europe. Mais quelle réputation est nécessaire ? Auprès de qui ? Et sur quelle territorialité ? Sur ce point, une analogie avec le droit des marques renommées et notoirement connues apporte des éléments de réponse. Puis, la question est identique en présence d'un savoir-faire traditionnel dont le seul constat n'est pas suffisant pour prouver un lien de rattachement patent. En revanche, son degré d'unicité ou sa profondeur historique sur la localité conduisent à apprécier l'intensité du rattachement du produit à son territoire.

Il doit être aussi relevé que ces facteurs de rattachement sont susceptibles d'évoluer de manière continue. Les innovations sur des méthodes de fabrication ou encore la raréfaction d'une matière première locale impactent directement le lien de rattachement du produit à son origine géographique. Citons, à titre d'exemple, les gisements de kaolin, utilisés pour la fabrication de la porcelaine de Limoges et épuisés depuis la Seconde Guerre mondiale : cette situation de fait explique que l'homologation de cette indication géographique comme IGPIA a été justifiée par d'autres facteurs de rattachement. Ces évolutions constantes et, d'ailleurs souvent légitimes, doivent donc être prises en considération pour déterminer le choix du signe distinctif lorsque l'on retient comme critère de sélection le lien de rattachement du produit à sa localité.

Dans une perspective européenne, la sélection du mécanisme de protection juridique des IG artisanales ou industrielles est d'intérêt tant pour les producteurs que pour les consommateurs. La clarté du droit apporte sans équivoque une meilleure sécurité juridique au profit des producteurs. Une meilleure lisibilité du droit favorise le développement économique en améliorant la recherche de produits authentiques pour les consommateurs.

AXES DE RECHERCHE

Axe 1: Quel avenir pour la protection juridique des indications géographiques artisanales et industrielles sur le marché européen lorsque deux mécanismes de protection seront à leur portée ?

La protection des indications géographiques portant sur des produits artisanaux ou industriels fait face à un dualisme des mécanismes de protection.

D'une part, ces IG peuvent prétendre à une protection par une marque collective de l'UE. À cet égard, les récentes dispositions réglementaires privilégient la marque collective plutôt que la marque de certification pour protéger un signe servant à désigner une provenance géographique. Le verre de Murano ou le savon de Marseille font déjà l'objet de marques collectives semi-figuratives à l'échelle communautaire. Mais les dispositions européennes permettent la validité d'une marque collective verbale descriptive dont le signe déposé sert à désigner la provenance géographique du produit visé. D'ailleurs, le « paquet marque » de 2015, qui a instauré la marque de certification de l'Union européenne, lui a exclu expressément une telle fonction.

D'autre part, la Commission devrait étendre les deux titres *sui generis*, appellation d'origine protégée (AOP) et indication géographique protégée (IGP), aux produits non agricoles. Cette perspective qui soulève un désaccord entre les pays européens du nord et les pays européens du sud a conduit en 2018 la Commission à établir une nouvelle étude d'opportunité. Les pays nordiques privilégient le droit des marques tandis que les pays latins préfèrent un système *sui generis*.

Or il s'avère que de nombreux produits artisanaux ou industriels étaient jadis, sous l'Ancien régime, protégés par des marques publiques à caractère collectif. Par exemple, tel était le cas des tapisseries d'Aubusson. Il existe donc une culture corporatiste centrée sur les intérêts collectifs du groupe de producteurs. Ce constat semble ne pas être contraire à la protection par des titres *sui generis*. Toutefois, il modifie le fonctionnement interne du groupe de producteurs et implique un coût supplémentaire. En effet, le contrôle de la bonne exécution d'un règlement d'usage d'une marque collective, souvent assimilable à un cahier des charges technique, est opéré à la discrétion des seuls opérateurs. Quand bien même des groupes de producteurs tendent à mettre en œuvre un contrôle semi-indépendant, l'utilisation d'un titre *sui generis* implique impérativement dans les systèmes français et européen le recours à des contrôles externes opérés par des organismes certificateurs. Il résulte que la protection européenne des IG artisanales ou industrielles est au cœur d'un dualisme juridique entre la marque collective de l'UE et les titres *sui generis*.

Axe 2 : Comment déterminer des facteurs humains de rattachement du produit artisanal ou industriel à sa localité géographique sans disposer d'un cadre légal précis ?

Une « réputation » ou un « savoir-faire traditionnel » constituent des facteurs humains d'attachement du produit à son territoire. Or aucune définition n'a été apportée quant à la notion subjective de « réputation » dans le cadre des indications géographiques. Pourtant, à elle seule, elle forme un élément constitutif d'une IG selon l'Accord sur les ADPIC, justifie le recours au titre français de l'IGPIA ou encore au titre communautaire de l'IGP. Pour conférer une force de rattachement entre le produit et sa localité géographique, la notion de réputation mérite un éclaircissement. L'analogie avec droit des marques renommées et notoirement connues pose deux conditions : la territorialité et le public. En ce qui concerne le savoir-faire traditionnel, l'étude de cas d'espèce invite à définir ce facteur humain selon son degré d'unicité et sa profondeur historique sur la localité où il est pratiqué. Une inscription sur la liste du patrimoine immatériel de l'Unesco, qui implique une dimension séculaire et une unicité forte, constituera une preuve incontestable d'un rattachement avéré.

Axe 3 : Comment justifier un lien de rattachement entre le produit artisanal ou industriel et sa localité en présence d'innovations continues ?

L'évolution du lien d'attachement du produit à son aire géographique d'origine est perpétuelle. Par exemple, le descriptif du lien d'attachement de la porcelaine de Limoges à travers la demande d'IGPIA nous indique que l'ancrage territorial des porcelaines était autrefois marqué par l'utilisation d'un kaolin naturel extrait à proximité de Limoges. Or, ce facteur n'est plus d'actualité. Encore, la discorde autour du savon de Marseille se fonde sur un conflit portant sur les caractéristiques propres d'un savon qui a subi des innovations au cours du temps. La justification du lien de rattachement se heurte ici à la notion d'authenticité. En Italie, les cahiers des charges relatifs à de nombreuses faïences protégées par des *denominazione di origine* indiquent que la matière première locale (argile et autres composants) est substituable afin de préserver les ressources de l'aire géographique.

Pourtant, nul ne peut lutter contre la raréfaction d'une matière première locale ou les innovations légitimes d'un savoir-faire traditionnel qui permettent au produit de perdurer dans le temps. Si les industriels de Calais avaient continué à ne produire que des frous-frous, ils auraient certainement disparu.

En droit, la qualification d'indication géographique (IG) implique l'existence d'un lien constitué sinon il s'agira d'une simple indication de provenance (IP). Dès lors, la description du lien d'attachement du produit à son territoire doit prévoir l'évolution du produit. À défaut, les producteurs seront contraints de modifier continuellement leurs cahiers des charges.

D'ailleurs, trois IGPIA (siège de Liffol, pierre de Bourgogne et granit de Bretagne) ont déjà fait l'objet de révision de leurs cahiers des charges moins d'un an après leurs homologations. Or, au Portugal, les cahiers des charges relatifs à des IG dans le secteur de l'artisanat, protégées par un titre *sui generis*, prévoient une clause spécifique sur ce point, « *Conditions de l'innovation du produit et du mode de production qui doivent garantir et préserver l'identité du produit* ». Le modèle portugais permet de fixer les facteurs fondamentaux et les limites des évolutions possibles du lien de rattachement du produit à sa localité géographique.