



N° 458

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUATORZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 28 novembre 2012.

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES SUR LA PROPOSITION DE LOI *visant à mieux protéger les indications géographiques et les noms des collectivités territoriales* (n° 329),

PAR M. DANIEL FASQUELLE,

Député.

SOMMAIRE

	Pages
INTRODUCTION	5
I.— LA NÉCESSAIRE RECONNAISSANCE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES POUR LES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	7
A.— LE DROIT FRANÇAIS DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES CONCERNE ESSENTIELLEMENT LES PRODUITS ALIMENTAIRES.....	7
B.— LE DROIT COMMUNAUTAIRE NE RECONNAÎT PAS ENCORE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES POUR LES PRODUITS NON ALIMENTAIRES.....	8
C.— AU-DELÀ DE L'EXEMPLE DES COUTEAUX LAGUIOLE, UNE CENTAINE DE PRODUITS ARTISANAUX POURRAIENT BÉNÉFICIER D'UNE TELLE PROTECTION.....	10
II.— L'INDISPENSABLE RÉÉQUILIBRAGE ENTRE LES DROITS ATTACHÉS AUX DÉNOMINATIONS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET LE DROIT DES MARQUES	13
A.— UN CONTENTIEUX ABONDANT QUI TÉMOIGNE DE L'ATTRACTIVITÉ DES DÉNOMINATIONS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES POUR LES ENTREPRISES.....	13
B.— IL FAUT DOTER LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES D'UNE MEILLEURE CAPACITÉ DE RÉACTION À L'ÉGARD DES PRATIQUES DÉLOYALES.....	15
C.— LE DISPOSITIF DES MARQUES COLLECTIVES PEUT PERMETTRE AUX COLLECTIVITÉS TERRITORIALES D'AVOIR UN MEILLEUR CONTRÔLE SUR L'UTILISATION DE LEUR DÉNOMINATION.....	16
TRAVAUX DE LA COMMISSION	19
I.— DISCUSSION GÉNÉRALE	19
II.— EXAMEN DES ARTICLES	31
<i>Article 1^{er}</i> (articles L. 115-1-1 et L. 115-2-1 [nouveaux], L. 115-3, L. 115-4, L. 115-16 du code de la consommation ; articles L. 711-4, L. 713-6, L. 721-1 et L. 722-1 du code de la propriété intellectuelle) : L'indication géographique des produits non alimentaires.....	31
<i>Après l'article 1^{er}</i>	34
<i>Article 2</i> (article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle) : Protection de la dénomination des collectivités territoriales.....	34

<i>Article 3</i> (article L. 1111-2 du code général des collectivités territoriales) : Usage exclusif de la dénomination des collectivités territoriales dans le cadre des missions de service public	36
<i>Après l'article 3</i>	37
TABLEAU COMPARATIF	39
AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION	47
LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES	49

MESDAMES, MESSIEURS,

La présente proposition de loi concerne deux sujets distincts que sont, d'une part, les indications géographiques appliquées aux produits artisanaux et manufacturiers et, d'autre part, la protection des dénominations des collectivités territoriales. En réalité, les questions sont connexes et s'inscrivent dans une même perspective, celle de renforcer la reconnaissance des savoir-faire des entreprises françaises en s'appuyant sur les identifiants forts pour les produits que sont les noms des collectivités territoriales, lesquels permettent une identification à un terroir, une histoire ou une renommée.

Tout se passe, en effet, comme si la mondialisation de l'économie et de la concurrence avait pour corollaire une appétence accrue des consommateurs pour la proximité, le local, l'identification des produits à leur origine et l'authenticité. Ces tendances peuvent s'analyser comme autant de défenses à l'encontre de l'uniformisation des produits et l'éclatement des processus de production qui ne permettent plus d'assimiler un produit à une entité géographique ou à un savoir-faire local.

Ce constat, la commission des affaires économiques a eu maintes occasions de le dresser en traitant des droits de plantation, des couteaux Laguiole ou de l'AOC gruyère.

Le texte de la proposition de loi s'inspire d'ailleurs largement des débats menés lors de l'examen en 2011 du projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, dont j'étais le rapporteur. Ce projet de loi comportait un article relatif aux indications géographiques des produits non alimentaires et la commission avait également adopté, à mon initiative, un amendement visant à mieux protéger les noms des collectivités territoriales à l'encontre des usages dévoyés ou déloyaux. Ce texte n'ayant malheureusement pu aboutir alors que les préoccupations demeurent elles bien réelles, votre rapporteur propose de reprendre la discussion en tenant compte des différentes interrogations et améliorations issues des débats à l'Assemblée nationale et au Sénat, ainsi que des informations et suggestions recueillies au cours des auditions.

Nous avons tous présents à l'esprit les polémiques autour de l'utilisation du nom Laguiole, de l'appellation Saint-Nicolas, de Paris-plage ou du numéro 29 correspondant au département du Finistère.

D'un côté assurer auprès des consommateurs l'authenticité des produits artisanaux et manufacturés, de l'autre donner un outil permettant aux collectivités territoriales de réagir rapidement aux éventuels détournements ou captation de leur dénomination par des entreprises à des fins de parasitisme commercial, voilà deux ambitions en faveur d'une protection accrue des producteurs comme des consommateurs.

I.— LA NÉCESSAIRE RECONNAISSANCE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES POUR LES PRODUITS NON ALIMENTAIRES

La protection de l'indication géographique des produits attachés à un terroir ou une région est un souci déjà ancien des professionnels aussi bien que des pouvoirs publics. En ce domaine, la France, sans doute car elle bénéficie d'une richesse exceptionnelle en matière agricole et gastronomique, a été pionnière puisque c'est une loi du 6 mai 1919⁽¹⁾ qui a défini la notion d'appellation d'origine et son dispositif de protection.

L'article 36 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne prévoit que les États membres peuvent édicter des règles limitant la libre circulation des biens justifiées par la « protection de la propriété industrielle et commerciale ». L'Union s'est en outre dotée d'une réglementation en matière de protection des indications géographiques à compter de 1992.

L'ensemble de ces règles, nationales ou européennes, permet de protéger efficacement les produits agricoles et alimentaires. Il n'existe en revanche pas de protection des indications géographiques pour ce qui concerne les produits artisanaux ou manufacturés alors qu'une centaine de produits serait susceptible d'en bénéficier dans notre pays. C'est pour combler cette lacune que la proposition de loi prévoit l'extension de la catégorie des indications géographiques protégées (IGP) aux produits non alimentaires.

A.— LE DROIT FRANÇAIS DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES CONCERNE ESSENTIELLEMENT LES PRODUITS ALIMENTAIRES

Le droit positif comporte depuis fort longtemps un système de protection des produits alimentaires, sous la forme des appellations d'origine définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation (AOC). Même si le texte de cet article n'exclut pas formellement les produits autres qu'alimentaires, la pratique qui exige un lien fort entre un terroir et un savoir-faire, a conduit à ce que l'immense majorité des produits AOC soit des produits alimentaires. Il existe certes quelques contre exemples comme la dentelle du Puy, les mouchoirs et toiles de Cholet, la poterie de Vallauris, les émaux de Limoges et le monoï de Tahiti, mais il s'agit d'AOC très anciennes et le dispositif ne paraît plus adapté à de nouveaux enregistrements.

Sous les effets de la mondialisation de l'économie et du développement considérable du commerce international, très peu de produits autres qu'alimentaires paraissent susceptibles de répondre à la définition de l'appellation d'origine qui exige un très fort lien avec le terroir. Historiquement ces dispositions ont été utilisées de manière quasi exclusive pour les produits agricoles et

(1) Loi du 6 mai 1919, relative à la protection des appellations d'origine, JORF du 8 mai 1919 page 4726.

alimentaires et, plus particulièrement, les vins et spiritueux. Ceux-ci ont contribué à élaborer la définition de l'origine autour de la notion empirique de « terroir » et la reconnaissance d'usages « locaux, loyaux et constants » qui combinés aux aptitudes naturelles des produits permettent de leur conférer des caractéristiques originales et singulières.

En France, d'autres dispositifs permettent l'usage de mentions géographiques dans les dénominations de vente. Il s'agit principalement des labels, institués par l'article 28 de Loi n° 60-808 du 5 août 1960 d'orientation agricole qui dispose que « *le label agricole est une marque collective qui s'applique aux produits agricoles attestant que le produit qui en bénéficie possède un ensemble de qualités et de caractéristiques spécifiques.* » Le « label rouge » est la meilleure illustration de cette démarche, il constitue en effet l'unique signe officiel qui garantit une qualité supérieure à celle des produits courants de même nature. Selon les termes de l'article L du code rural, « *le label rouge atteste que des denrées alimentaires ou des produits agricoles non alimentaires et non transformés possèdent des caractéristiques spécifiques établissant un niveau de qualité supérieure, résultant notamment de leurs conditions particulières de production ou de fabrication et conformes à un cahier des charges, qui les distinguent des denrées et produits similaires habituellement commercialisés.* »

Il convient de souligner que la transcription de la législation européenne dans le droit français n'a pas suscité de difficulté dans le cas de l'appellation d'origine protégée (AOP) dont la définition a été largement inspirée par l'AOC. En revanche, l'indication géographique protégée (IGP) créée en 1992 à l'échelon européen était sans équivalent en France puisqu'elle est issue de la tradition jurisprudentielle des pays du nord de l'Europe qui réfère la notion d'origine à la provenance géographique ou à la réputation acquise au fil du temps.

B.— LE DROIT COMMUNAUTAIRE NE RECONNAÎT PAS ENCORE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES POUR LES PRODUITS NON ALIMENTAIRES

Parallèlement à la réglementation nationale, l'Union européenne a également développé un système d'appellations spécifiques de nature à informer et rassurer le consommateur, en insistant notamment sur l'authenticité et la qualité des produits. Après avoir rapidement adopté une directive relative à l'étiquetage des produits ⁽¹⁾, le Conseil des Communautés européennes travailla à un premier règlement sur les appellations géographiques et d'origine ⁽²⁾. Compte tenu notamment des enjeux économiques et sanitaires attachés aux informations portées sur les produits, mais également des demandes des citoyens européens, les

(1) Directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires destinées au consommateur final ainsi que la publicité faite à leur égard (JOCE du 8 février 1979)

(2) Règlement n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE du 24 juillet 1992)

autorités compétentes adoptèrent un nouveau règlement ⁽¹⁾ en 2006, qui distingue les AOP (appellations d'origine protégées) et les IGP (indications géographiques protégées).

Ainsi, l'article 2 du règlement 510/2006 définit l'indication géographique comme étant le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire :

- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et
- dont une qualité déterminée, la réputation ou d'autres caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine géographique, et
- dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée.

En conséquence, l'IGP n'impose pas une zone unique d'élaboration du produit ; seules une ou plusieurs étapes conférant ses caractéristiques et sa réputation au produit sont réalisées dans la zone donnant son nom au produit.

À noter que le champ des IGP qui n'englobait pas à l'origine les produits du secteur vitivinicole comprend les vins de pays depuis le 1^{er} août 2009. Il demeure néanmoins réservé aux seuls produits agricoles ou alimentaires. On compte aujourd'hui près d'une centaine de produits français sous IGP. Citons à titre d'exemple l'Agneau de l'Aveyron, l'Ail de la Drôme, la Bergamote de Nancy, la Brioche Vendéenne, le Kiwi de l'Adour, les huîtres Marennes Oléron ou la Tomme des Pyrénées.

Actuellement, rien n'est prévu pour les produits non alimentaires, la législation européenne ne faisant qu'apposer l'indication géographique des produits importés dans l'Union, et ce pour de simples raisons d'ordre douanier.

Dans un pays comme la France qui connaît aussi bien la porcelaine de Limoges que les chaussures de Romans, la coutellerie de Thiers que les tapisseries d'Aubusson, cet enjeu est particulièrement important tant en termes strictement économiques que d'image et de notoriété. Dans une communication ⁽²⁾ datant de 2008, la Commission européenne avait d'ailleurs, à juste titre, demandé que l'on réfléchisse « *aux moyens de faciliter la protection des IG pour des produits non agricoles afin d'en tirer des avantages pour les producteurs européens et des pays tiers* ».

(1) Règlement n° 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOUE du 31 mars 2006)

(2) Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen, Une stratégie dans le domaine des droits de propriété industrielle pour l'Europe COM(2008) 465 final, 16 juillet 2008

Une communication de la Commission du 24 mai 2011 ⁽¹⁾ indique « *que la plupart des États membres ont opté pour des régimes juridiques différents pour protéger les IG de produits non agricoles, par exemple par l'intermédiaire de leur droit de la concurrence ou des consommateurs, ou encore par des marques collectives ou de certification. Un tiers d'entre eux seulement a élaboré une législation spécifique assimilant les IG à des droits de propriété intellectuelle particuliers. Cette disparité peut nuire au bon fonctionnement du marché intérieur. En outre, la protection des IG des produits non agricoles est une question importante dans les négociations commerciales bilatérales et multilatérales avec les pays tiers.* »

Cette communication précisait que la Commission « *est sur le point de lancer une étude de faisabilité sur la question des IG pour les produits non agricoles et non alimentaires couvrant tous les domaines de droit concernés. Cette étude visera notamment à analyser les cadres juridiques en vigueur dans les États membres, à préciser les besoins des parties prenantes et à déterminer l'incidence économique potentielle de la protection des IG non agricoles. Sur la base des résultats de ces travaux et après avoir approfondi sa réflexion et recueilli des informations exhaustives, la Commission décidera de la marche à suivre.* »

L'étude de faisabilité d'une protection des IG pour les produits non agricoles a été attribuée le 28 décembre 2011. L'étude devrait paraître avant la fin 2012. Votre rapporteur souligne que cette étude ne constituera qu'une photographie de l'existant, certes indispensable et utile, mais que les mesures réglementaires n'interviendront quant à elles pas avant un délai de plusieurs années. Dans ces conditions il apparaît nécessaire et urgent de mettre en place un cadre national pour les IGP non alimentaires pour renforcer l'information des consommateurs et surtout pour permettre aux producteurs, artisans, PME, de mieux mettre en avant leurs produits dans une économie toujours plus ouverte et mondialisée.

C.— AU-DELÀ DE L'EXEMPLE DES COUTEAUX LAGUIOLE, UNE CENTAINE DE PRODUITS ARTISANAUX POURRAIENT BÉNÉFICIER D'UNE TELLE PROTECTION

Le cas du village aveyronnais de Laguiole a été très médiatisé, il constitue un cas d'école dans la mesure où un entrepreneur sans rapport avec le village a fait enregistrer son nom à titre de marque dans 38 des 45 catégories de produits répertoriées par l'INPI. Plusieurs procédures judiciaires ont été lancées par la commune sans obtenir gain de cause, le dernier jugement ⁽²⁾ en date l'a débouté de l'ensemble de ses demandes, notamment celle fondée sur le parasitisme et a confirmé qu'« *une commune n'est pas fondée à invoquer une atteinte à son nom, à*

(1) *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, COM(2011) 287 final.*

(2) *TGI Paris, Jugement du 13 septembre 2012, 3^{ème} chambre 4^{ème} section, N° RG : 10/08800.*

son image et à sa renommée dès lors qu'il est établi que son nom correspond aussi à un terme devenu générique pour désigner un produit fabriqué non exclusivement sur son territoire. »

Il s'agit donc d'une question de marque commerciale mais aussi d'indication géographique puisque l'une des solutions avancées pour permettre aux fabricants locaux de couteaux de pouvoir se réapproprier le nom Laguiole est la création d'une IGP. Votre rapporteur reviendra sur ce cas qui soulève un certain nombre de questions spécifiques, pour autant la création d'IGP pour les produits artisanaux ou manufacturiers constituerait un progrès indéniable. Dans l'attente de la création d'une indication géographique communautaire, cette nouvelle appellation permettra aux entreprises qui le souhaitent d'obtenir pour leurs produits une protection sur le territoire national et favorisera le dynamisme de l'artisanat local.

Selon une enquête réalisée par la direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF) en 1995, une centaine de produits artisanaux comportant une origine dans leur dénomination peuvent être considérés comme traditionnels et témoignant d'un savoir-faire reconnu et spécifique à une région. Il s'agit notamment de la tapisserie d'Aubusson, de la faïence de Moustiers, des cuivres de Villedieu-les-Poêles, de l'ardoise des Pyrénées, de la porcelaine du Berry, de la vannerie de Vallabrègue ou encore des chaussures de Roman.

L'idée de l'article 1^{er} de la proposition de loi est donc de reprendre le texte du projet de loi voté en 2011 renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs qui avait été votée par les deux assemblées en première lecture. La mesure proposée introduit dans le code de la consommation une procédure nationale de reconnaissance des indications géographiques (IG) conforme aux exigences communautaires. En particulier, les porteurs de la demande d'IG devront établir un cahier des charges qui délimite l'aire géographique, les caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette aire ainsi que les modalités de production et de contrôle. Pour les entreprises industrielles ou artisanales, la démarche sera bien entendu volontaire. L'élaboration du cahier des charges ne devrait pas représenter un coût important puisqu'il n'est pas nécessaire de recourir à un organisme certificateur. Ce sont les producteurs souhaitant s'engager dans une telle démarche ou leurs fédérations professionnelles qui élaboreront les cahiers des charges des IG. Le cahier des charges sera le document clé de cette procédure, il devra indiquer le nom du produit, délimiter l'aire géographique, définir la qualité, attester sa réputation ou les autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique et préciser les modalités de production, de transformation, d'élaboration ou de fabrication qui ont lieu dans cette aire géographique ainsi que les modalités de contrôle des produits.

Une enquête publique, calquée sur celle qui existe pour les produits alimentaires, permettra de recueillir les éventuelles oppositions au projet. Une lettre de la Commission européenne de 2003 au sujet de la Porcelaine de Limoges

a rappelé à la France les critères à respecter pour définir une indication géographique : définition d'une zone géographique limitée et spécifique ; possibilité de justifier les qualités du produit liées à la localisation ; dénomination non générique.

À la lumière des éléments ci-dessus, il est clair que la situation des couteaux Laguiole pose à la fois une question juridique et requière une particulière attention dans la rédaction d'un éventuel cahier des charges. La question juridique tient à l'état actuel de la jurisprudence qui considère que l'appellation « couteau Laguiole » est une appellation générique, ce qui s'opposerait à la reconnaissance d'une IGP. Sans entrer dans la complexité de la jurisprudence particulièrement riche sur cette question, votre rapporteur indique qu'il existe un petit nombre de cas pour lesquels une dénomination dite « évadée » a pu faire l'objet d'une régénérescence, c'est le cas notamment de la dénomination « Morbier ».

Votre rapporteur insiste sur le fait que le texte prévoit l'articulation entre une marque et une IGP portant sur une même dénomination ; les deux dispositifs pourront coexister conformément aux principes du droit international en la matière. Concrètement, l'existence d'une marque commerciale déposée ne sera pas remise en cause par la reconnaissance d'une IGP portant sur le même type de produits, en revanche et par parallélisme avec ce que prévoit déjà l'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle en faveur des appellations d'origine, ne pourra être adoptée une marque portant atteinte à une indication géographique protégée.

Comme nous l'avons vu avec des exemples concrets, les questions relatives aux indications géographiques, aux dénominations des collectivités territoriales et aux marques sont souvent imbriquées. C'est pourquoi il apparaît également nécessaire d'agir en faveur d'un rééquilibrage entre les droits attachés aux dénominations des collectivités territoriales et le droit des marques.

II.— L'INDISPENSABLE RÉÉQUILIBRAGE ENTRE LES DROITS ATTACHÉS AUX DÉNOMINATIONS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET LE DROIT DES MARQUES

Les droits conférés par l'enregistrement d'un signe distinctif comme marque commerciale sont particulièrement étendus. Sauf si la marque n'est pas utilisée et encourt donc la déchéance (Art. L. 714-5 du code de la propriété intellectuelle), l'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés.

Il s'avère que les noms des villes et d'autres collectivités territoriales suscitent la convoitise des opérateurs économiques qui souhaitent bénéficier de la renommée de la localité à leur profit. Un contentieux abondant témoigne de cette appétence des acteurs économiques et de l'importance grandissante attachée à la protection de leur dénomination par les collectivités territoriales.

Il apparaît nécessaire de doter les collectivités territoriales de moyens plus efficaces de défendre leur nom et les intérêts des entreprises locales face à des comportements qui s'apparentent souvent à du parasitisme. Votre rapporteur souhaite également insister sur une procédure intéressante du droit des marques qui ne retient sans doute pas suffisamment l'attention des responsables locaux, la marque collective.

A.— UN CONTENTIEUX ABONDANT QUI TÉMOIGNE DE L'ATTRACTIVITÉ DES DÉNOMINATIONS DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES POUR LES ENTREPRISES

Depuis longtemps, la jurisprudence reconnaît aux collectivités territoriales le droit d'agir contre les usurpations ou utilisation abusive de leur dénomination, ainsi le Conseil d'État a-t-il reconnu dès 1862 le droit à une commune de s'opposer à ce que son nom soit ajouté au nom patronymique du comte Antoine François Félix Roselly⁽¹⁾.

Mais c'est bien entendu sur le terrain des marques commerciales que s'est développé le contentieux le plus récent. Le code de la propriété intellectuelle comporte des dispositions permettant aux collectivités territoriales d'obtenir l'annulation de marques comportant leur dénomination. Il s'agit de l'action en nullité pour déceptivité de l'article L. 711-3 qui dispose qu'un signe « *de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service* » ne peut être adopté comme marque et surtout de l'article L. 711-4 qui prévoit la même interdiction à l'égard des signes portant atteinte « au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale ». Une collectivité peut également se pourvoir en justice si elle juge

(1) CE, 16 août 1862, commune de Lorgues, Rec. CE 1862, page 679)

frauduleux l'utilisation de sa dénomination, sur la base de l'article L. 712-6 du même code.

On peut citer à titre d'exemple, le dépôt de la marque Courchevel ⁽¹⁾ qui a été considéré comme frauduleux dès lors que ce nom correspond à un domaine skiable et est indisponible en raison de l'usage antérieur constant et très répandu qu'en fait la commune de Saint Bon Tarentaise.

La ville de Paris s'est montrée particulièrement active dans la défense de son nom, comme en attestent les procédures lancées notamment à l'encontre des marques « Paris l'été », « Paris sans fil », « jeunes à Paris » ou « Paris 2012 ». Dans ces hypothèses la jurisprudence a fixé plusieurs principes :

– une commune *« ne saurait, via son droit sur son nom, interdire à des entreprises d'exercer leurs activités sur son territoire en utilisant sa dénomination sauf à démontrer que cet usage entraîne un risque de confusion avec ses propres attributions ou est de nature à lui porter préjudice ou à porter préjudice à ses administrés »* ⁽²⁾

– est interdite l'adoption en tant que marque, du nom d'une collectivité territoriale dès lors que la dénomination litigieuse est de nature à tromper le public quant à l'origine des produits ou à la garantie qu'il penserait être en droit d'attendre de la collectivité en cause c'est-à-dire en laissant croire à un caractère officiel ⁽³⁾

– *« à l'instar d'une personne physique ou d'une personne morale, une collectivité territoriale est en droit de protéger et de défendre son nom contre toute exploitation commerciale injustifiée, notamment lorsque le tiers, en déposant une marque, sera susceptible de lui causer un préjudice soit en l'empêchant de tirer profit de la commercialisation de son nom, soit en nuisant à son identité prestige ou sa renommée »* ⁽⁴⁾

Il est tout à fait logique qu'une collectivité territoriale puisse se protéger contre des actes de parasitisme ⁽⁵⁾. Ainsi le tribunal de grande instance de Grasse a-t-il jugé dans l'affaire « Paris 2012 », *« qu'une ville candidate à l'organisation des Jeux Olympiques peut légitimement s'opposer à ce que quiconque puisse, par un dépôt opportun de marque, lui ravir, à son profit, (...), le bénéfice des efforts*

(1) Courchevel, CA Paris, 1^{er} févr. 2006 : PIBD, n° 827, III, 256.

(2) TGI Paris, 14 mars 2007, Ville de Paris c/ Gilbert, Prop ; TGI Paris, 6 juillet 2007, Ville de Paris c/ Assoc. Paris-Sans Fil.

(3) TGI Paris, 3^e ch., 14 mars 2007, Comité national olympique et sportif français et ville de Paris c./M. Gérard Louis.

(4) Cour d'appel de Paris, 5 février 2008, N°07/20470

(5) Selon le TGI de Paris dans l'affaire Laguiole précitée, *« le parasitisme est caractérisé dès lors qu'une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements. »*

publicitaires promotionnels et budgétaires qui sous-tendront sa candidature (...) ». ⁽¹⁾

Bien entendu, la ville de Paris dispose des services et des moyens juridiques lui permettant de surveiller efficacement l'utilisation de son nom et de ses signes distinctifs, mais ce n'est évidemment pas le cas de l'immense majorité des 36 700 communes de France. Encore cette surveillance n'a-t-elle pas évité, *a contrario*, de déposer la marque « Paris-Plage » alors que cette dénomination appartenait à la commune Le Touquet-Paris-Plage depuis 1912.

B.— IL FAUT DOTER LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES D'UNE MEILLEURE CAPACITÉ DE RÉACTION À L'ÉGARD DES PRATIQUES DÉLOYALES

Un article de la revue « Propriétés intellectuelle » ⁽²⁾ le souligne à raison, *« l'idéal pour les collectivités territoriales aurait naturellement été que leurs droits sur leur nom puissent être invoqués a priori, c'est-à-dire à titre d'antériorité dans le cadre d'une procédure d'opposition. Cela leur aurait permis de s'opposer à l'enregistrement de marques reprenant leur dénomination. »*

Les collectivités territoriales si elles sont soucieuses de l'attractivité de leur territoire et du dynamisme de l'économie locale ne sont pas pour autant des acteurs à part entière de la vie des affaires. Dès lors, les entreprises qui souhaitent bénéficier de cette notoriété en utilisant leur dénomination dans leurs marques ne risquent que très marginalement de voir l'enregistrement contesté par celles-ci dans le délai de deux mois prévu à l'article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle. Passé ce délai, les collectivités territoriales qui s'aperçoivent de manière plus ou moins fortuite d'une telle utilisation de leur dénomination, ne peuvent qu'engager une procédure judiciaire avec les frais et les délais afférents.

Selon votre rapporteur, une telle situation n'est pas acceptable car les collectivités territoriales sont des personnes morales de droit public qui ne jouent pas à armes égales avec les entreprises dans le monde des affaires. Il convient donc d'aménager à leur profit une procédure particulière à même de leur permettre de réagir rapidement aux éventuelles utilisations déloyales de leur dénomination.

Le dispositif de l'article 2 de la proposition de loi prévoit d'aménager une telle procédure. Il s'agit de créer une obligation d'information au profit des collectivités territoriales dès lors que leur dénomination sera présente dans une demande d'enregistrement d'une marque auprès de l'INPI. Votre rapporteur proposera des amendements pour clarifier ce dispositif qui doit intervenir au moment de la demande d'enregistrement, les conditions précises de cette information relevant toutefois du pouvoir réglementaire. La charge de cette

(1) TGI de Grasse, 13 janv. 2004, PIBD 2004, n° 786, III, 297

(2) « Paris l'été : avis de beau temps pour la capitale française et les collectivités territoriales », Fabienne Fajgenbaum et Thibault Lachacinski, avril 2008 / N° 27

information, qui repose sur des procédés informatiques très simples, pourrait être confiée à l'INPI, à condition toutefois de lui donner les moyens sur cette question comme sur d'autres, de fonctionner efficacement. À défaut, d'autres solutions peuvent être envisagées comme l'implication des associations de collectivités territoriales.

Votre rapporteur souhaite insister sur l'avancée majeure que représenterait l'adoption d'un tel dispositif au bénéfice des collectivités territoriales. D'une part, l'information serait systématique et précoce et éviterait ainsi de laisser filer le délai très court de deux mois, d'autre part, les collectivités territoriales pourraient faire opposition à la demande d'enregistrement auprès du directeur de l'Institut national de la propriété industrielle, procédure plus rapide et souple qu'un recours judiciaire.

L'opposition ne sera recevable que si la marque contrevient aux dispositions figurant aux articles L. 711-2 à L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle. Il ne s'agit pas d'un droit d'opposition inconditionné, les collectivités devront démontrer la déceptivité de cette utilisation ou l'atteinte au nom, à l'image ou à la notoriété. L'obligation d'information permettra aux collectivités d'intervenir beaucoup plus rapidement et beaucoup plus efficacement qu'aujourd'hui. Au total le droit des marques n'est pas remis en cause par cette proposition de loi qui propose uniquement de rééquilibrer les moyens des entreprises et des collectivités territoriales pour régler plus rapidement les conflits de dénomination de marques. L'appréhension davantage en amont de tels conflits est de nature à clarifier les cas d'utilisation de bonne foi par méconnaissance des noms des collectivités territoriales et peut en outre conduire à des utilisations négociées. En ce domaine sensible, les acteurs de bonne foi ont tout intérêt à recourir à la négociation ou à des mécanismes coopératifs comme le permettent les marques collectives.

C.— LE DISPOSITIF DES MARQUES COLLECTIVES PEUT PERMETTRE AUX COLLECTIVITÉS TERRITORIALES D'AVOIR UN MEILLEUR CONTRÔLE SUR L'UTILISATION DE LEUR DÉNOMINATION

À côté des marques commerciales dites « simples » qui peuvent être enregistrées au profit d'une entreprise ou d'une collectivité et qui confèrent un monopole d'exploitation de ce signe distinctif si son titulaire veut s'en prévaloir, il existe une autre catégorie de marque, les marques dites « collectives ». Il s'agit d'une possibilité d'action relativement méconnue par les acteurs économiques et surtout par les collectivités territoriales.

Le Code de la propriété intellectuelle prévoit deux types de marques collectives : la marque collective simple et la marque collective de certification. La nature « collective » de la marque ne signifie pas que cette marque est nécessairement détenue en copropriété par plusieurs titulaires. Comme les marques simples, les marques collectives peuvent n'avoir qu'un seul propriétaire ou plusieurs titulaires en indivision. En ce qui concerne la marque collective

simple, l'article L alinéa 1^{er} du Code de la propriété intellectuelle dispose que :
« *La marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. Elle est soumise au droit commun des marques (enregistrement, péremption, protection). Elle a pour fonction de garantir l'origine de produits ou services, en indiquant aux consommateurs que ces produits ou services proviennent de professionnels appartenant à une organisation commune et adhérant au même référentiel (ou norme).* »

On peut donc imaginer qu'une ou plusieurs collectivités territoriales décident de définir un règlement d'usage d'une dénomination (par exemple Saint Nicolas) afin d'informer les entreprises qui souhaitent l'utiliser des conditions à remplir et de l'existence de contrôles sur le respect de ces règles.

Votre rapporteur déposera un amendement en ce sens. Il permettra aux collectivités territoriales de se prévaloir d'une présomption de marque collective dès lors qu'elles ont adopté un règlement d'usage mentionné à l'article L. 715-1 du code de la propriété intellectuelle. Cette disposition peut s'avérer d'une grande utilité pratique pour les collectivités qui souhaitent avoir une démarche proactive de l'utilisation de leur nom et de leurs signes distinctifs. En effet, le principe essentiel gouvernant l'usage d'une telle marque réside dans le fait qu'elle peut être utilisée par tout professionnel qui fournit des produits ou services qui répondent aux exigences imposées par le règlement d'usage.

TRAVAUX DE LA COMMISSION

I.— DISCUSSION GÉNÉRALE

Au cours de sa réunion du 28 novembre 2012, la commission a examiné la proposition de loi visant à mieux protéger les appellations géographiques et les noms des collectivités territoriales (n° 329).

M. François Brottes, président de la Commission. Nous sommes réunis ce matin pour examiner la proposition de loi visant à mieux protéger les indications géographiques et les noms des collectivités territoriales.

M. Daniel Fasquelle, rapporteur. La proposition de loi que j'ai l'honneur de vous présenter concerne deux sujets distincts que sont, d'une part, les indications géographiques appliquées aux produits artisanaux et manufacturiers et, d'autre part, la protection des dénominations des collectivités territoriales. Ces questions sont connexes et s'inscrivent dans une même perspective, celle de renforcer la reconnaissance des savoir-faire des entreprises françaises en s'appuyant sur les identifiants forts pour les produits que sont les noms des collectivités territoriales, lesquels permettent une identification à un terroir, une histoire ou une renommée.

Tout se passe comme si la mondialisation de l'économie et de la concurrence avait pour corollaire un intérêt accru des consommateurs pour la proximité, le local, l'identification des produits à leur origine et l'authenticité. Ces tendances peuvent s'analyser comme autant de défenses à l'encontre de l'uniformisation et du marché global, qui ne permettent plus de rattacher un produit à une entité géographique. Ce constat, notre commission a eu maintes occasions de le dresser, notamment lorsqu'elle a traité des questions relatives aux droits de plantation, aux couteaux Laguiole ou à l'AOC gruyère.

Ce texte s'inspire largement des débats que nous avons eus lors de l'examen en 2011 du projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, dont j'étais le rapporteur. Le projet de loi comportait un article relatif aux indications géographiques des produits non alimentaires, et la Commission des affaires économiques avait également adopté, à mon initiative, un amendement visant à mieux protéger les noms des collectivités territoriales contre les usages dévoyés ou déloyaux. Ce texte n'ayant malheureusement pu aboutir, je vous propose aujourd'hui de revenir sur ces questions qui avaient recueilli un large consensus parmi nous et devraient illustrer la volonté unanime de notre commission de mieux protéger le nom des collectivités et les produits de nos terroirs.

J'en viens aux articles de cette proposition de loi. J'indique par ailleurs que j'ai été amené, au fil des auditions et de mes réflexions, à modifier la proposition initiale afin de lui conférer une meilleure lisibilité et une plus grande

efficacité. J'ai d'ailleurs déposé plusieurs amendements dont l'objet est de préciser, de compléter et de restructurer le texte.

En ce qui concerne tout d'abord la création d'indications géographiques protégées en faveur des produits artisanaux ou manufacturiers, il s'agit pour notre pays d'être précurseur tout en s'inscrivant dans un cadre européen. Le droit positif comporte depuis fort longtemps un système de protection des produits alimentaires sous la forme des appellations d'origine contrôlée (AOC), définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation. Même si le texte de cet article n'exclut pas formellement les produits autres qu'alimentaires, la pratique qui exige un lien fort entre un terroir et un savoir-faire a conduit à ce que l'immense majorité des produits AOC soit des produits alimentaires. Il existe certes quelques contre-exemples comme la dentelle du Puy, les mouchoirs et toiles de Cholet, la poterie de Vallauris, les émaux de Limoges et le monoï de Tahiti, mais il s'agit d'AOC très anciennes.

Le droit européen, quant à lui, prévoit deux modes de protection de l'indication géographique des produits alimentaires : l'appellation d'origine protégée (AOP), qui garantit un très fort lien avec le terroir et qui est l'équivalent de l'AOC française, et l'indication géographique protégée (IGP), qui garantit un lien avec l'origine au moins à l'un des stades de la production, de la transformation ou de l'élaboration.

La volonté européenne d'étendre la catégorie des IGP aux produits non alimentaires existe et des études préparatoires sont en cours, mais cela n'a pas encore débouché sur des propositions concrètes.

L'article 1^{er} de la proposition de loi reprend le texte du projet de loi voté en 2011 en première lecture. Il prévoit une procédure d'homologation par décret d'un cahier des charges qui indique le nom du produit, délimite l'aire géographique, définit la qualité, la réputation et les autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique, et précise les modalités de production, de transformation, d'élaboration ou de fabrication qui ont cours dans cette aire géographique ainsi que les modalités de contrôle des produits.

Le texte prévoit également l'articulation entre une marque et une IGP portant sur une même dénomination. Les deux dispositifs pourront coexister, conformément aux principes du droit international en la matière. Ainsi, il pourrait exister une IGP pour les couteaux Laguiole qui ne remettrait pas en cause la marque actuellement déposée mais ne se heurterait pas non plus à la prééminence actuelle du droit des marques. Bien entendu, la définition du cahier des charges sera fondamentale pour permettre l'identification des modes de fabrication et les exigences de qualité requises. Cette définition permettra d'inclure au sein d'une IGP des lieux de production distincts, voire éloignés – je pense aux communes de Laguiole et de Thiers –, dès lors qu'ils satisferont aux exigences du cahier des charges.

Le second volet de la proposition de loi concerne la protection des dénominations des collectivités territoriales à l'égard des marques commerciales. On constate en effet que la notoriété de certaines communes peut être utilisée par des entreprises implantées dans d'autres régions ou par des entreprises locales dans un sens contraire aux intérêts et à l'image de la collectivité, voire par une autre collectivité – je pense à l'affaire dite Saint-Nicolas. Afin d'éviter ce type de conflit, la proposition de loi prévoit l'information de la collectivité territoriale dès lors que sa dénomination est utilisée à des fins commerciales. Cette information lui permettra, le cas échéant, de faire opposition à l'enregistrement de la marque auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). J'indique que je proposerai un amendement de précision de cet article, qui n'en modifiera pas l'économie générale. L'opposition ne sera recevable que si la marque contrevient aux dispositions figurant aux articles L. 711-2 à L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle. Il s'agit non de modifier le droit des marques mais de permettre aux communes, au travers de l'obligation d'information et de ce droit d'opposition, de bénéficier de la protection offerte par ce droit. Je souligne qu'il ne s'agit pas d'un droit d'opposition inconditionné, les collectivités devront démontrer l'atteinte au nom, à l'image ou la notoriété, conformément au code de la propriété intellectuelle. L'obligation d'information, quant à elle, permettra aux collectivités d'intervenir beaucoup plus rapidement qu'aujourd'hui.

Par ailleurs, je souhaite mettre en valeur le dispositif de l'actuel article 3 de la proposition, qui concerne l'usage exclusif par les collectivités territoriales de leur dénomination dans le cadre de leurs missions de service public. Il s'agit là d'inscrire dans la loi un principe dégagé par la jurisprudence et de lui donner une meilleure visibilité en le plaçant en tête des dispositions relatives à la protection des dénominations. J'ai déposé un amendement en ce sens.

Enfin, pour compléter l'arsenal protecteur du nom des collectivités territoriales, je propose, par le biais d'un amendement, de créer à leur bénéfice une présomption de marque collective pour leur dénomination. Elles pourront s'en prévaloir dès lors qu'elles auront adopté un règlement d'usage mentionné à l'article L. 715-1 du code de la propriété intellectuelle. Cette disposition peut s'avérer d'une grande utilité pour les collectivités qui souhaitent protéger l'utilisation de leur nom et de leurs signes distinctifs. En effet, le principe essentiel gouvernant l'usage d'une telle marque réside dans le fait qu'elle peut être utilisée par tout professionnel qui fournit des produits ou services qui répondent aux exigences imposées par le règlement d'usage.

Cette proposition de loi est très attendue par les élus locaux – l'audition du maire de Laguiole l'a démontré –, lesquels sont soucieux de préserver les intérêts légitimes de leur collectivité face aux pratiques de parasitisme ou de captation de leur image ou de leur réputation, qui reposent sur un savoir-faire et des compétences spécifiques. Il s'agit d'un sujet dont nous avons longuement débattu lors de l'examen du projet de loi Lefebvre, texte qui avait été amélioré en commission et lors de son examen en séance tant à l'Assemblée qu'au Sénat, mais qui n'a pas pu aller jusqu'à son terme. Les auditions auxquelles j'ai procédé ont

encore permis de faire évoluer le dispositif en la matière. Je vous propose donc, mes chers collègues, d'adopter la proposition de loi, qui me paraît constituer un texte abouti, qu'il s'agisse de l'extension des IGP aux produits artisanaux attachés à nos territoires, du règlement des conflits avec les marques, du cadre géographique de l'IGP – lequel peut dépasser les limites d'une seule commune – ou de la protection du nom des communes. J'ajoute que ce texte respecte le droit, tant national qu'européen ou international, des marques et de la protection des indications géographiques.

Mme Marie-Lou Marcel. Au cours de la précédente législature, saisie du projet de loi renforçant les droits, la protection est l'information des consommateurs, la Commission des affaires économiques avait adopté un amendement prévoyant la consultation préalable des collectivités locales avant toute utilisation de leur nom à des fins commerciales, et ce afin de préserver leur notoriété et leur image, ainsi que plusieurs amendements d'André Chassaing encadrant la portée du cahier des charges des IGP afin d'éviter qu'une certification soit accordée à un bien non alimentaire fait d'un assemblage de pièces provenant d'autres territoires, notamment de pièces provenant de productions délocalisées.

Lors de l'examen du texte au Sénat, malgré l'avis défavorable du ministre, un amendement a été adopté à l'article 7, visant à autoriser la délivrance d'une IGP malgré l'existence d'une marque de dénomination similaire. Il s'agissait de ne pas permettre à des personnes bénéficiant d'un droit sur une marque de bloquer la possibilité d'exploiter une IGP. À cet égard, je rappelle le douloureux exemple de la commune de Laguiole dont le nom a été usurpé par un particulier qui en assure l'exploitation commerciale. Cet exemple montre les limites du droit des marques quant à l'indication de provenance géographique. On ne peut accepter qu'une commune ne puisse utiliser son logo.

Toutefois, ce texte n'a pas été réinscrit à l'ordre du jour de l'Assemblée. Au reste, j'ai trouvé amusante, monsieur le rapporteur, la question écrite que vous avez posée, au début de l'année, à M. Frédéric Lefebvre pour lui demander que ce texte aille à son terme au motif – argument étrange – que le FMI regrettait le retard pris par un texte bénéfique pour la concurrence dans les services.

De fait, la proposition de loi que nous examinons aujourd'hui ne fait que reprendre l'article 7, modifiée par les sénateurs de gauche, du projet de loi de M. Frédéric Lefebvre. D'ailleurs, vous le mentionnez dans l'exposé des motifs. Quel revirement de la part de l'ancienne majorité !

Le groupe SRC ne peut adhérer à cette proposition de loi car elle comporte un certain nombre de lacunes. Si, dans son exposé des motifs, le rôle de l'INAO - l'Institut national de l'origine et de la qualité – est mentionné pour la mise en œuvre des appellations d'origine en matière alimentaire, le texte ne prévoit ni la constitution d'un organisme similaire pour les indications géographiques non alimentaires, ni le financement du dispositif.

Par ailleurs, l'étude d'impact du projet de loi de M. Frédéric Lefebvre mentionnait qu'il appartenait aux producteurs souhaitant s'engager dans une démarche de reconnaissance d'IGP, ou à leur fédération d'élaborer un cahier des charges. Or votre proposition de loi laisse à l'État l'entière responsabilité de décider de l'opportunité de créer une IG et n'associe que de manière marginale les professionnels concernés. En tout état de cause, si l'on veut assurer la pérennité du dispositif, il est essentiel d'associer dès le début les professionnels, comme cela est fait en matière alimentaire, *via* les organismes de défense et de gestion qui portent la demande de reconnaissance et participe à son suivi.

Enfin, cette proposition de loi manque d'ambition. Hier, lors de son audition par notre commission, le ministre délégué à l'économie sociale et solidaire et à la consommation, M. Benoît Hamon, indiquait que les extensions des indications géographiques aux produits manufacturés seraient intégrées au projet de loi relatif à la consommation, texte plus complet qui prendra en charge l'ensemble des problématiques. Et Mme Sylvia Pinel, ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme, a pris le même engagement lors de la table ronde qui s'est tenue début octobre à Laguiole.

Parce que les consommateurs attendent d'un produit qu'il possède des caractères dus au lieu de production, parce qu'une indication géographique met en évidence un lieu de production précis et détermine les qualités du produit originaire de ce lieu, parce que le droit des marques a montré ses limites quant à l'indication de provenance géographique, le groupe SRC votera contre cette proposition de loi incomplète, mais qu'elle considère comme un appel à voter le futur projet de loi relatif à la consommation.

M. Éric Straumann. Ce texte pertinent répond à la problématique de l'affaire Laguiole. Je citerai pour ma part l'exemple de la Ville de Nancy qui, souhaitant que le nom « Saint-Nicolas » ne se transforme pas en marque commerciale, a déposé la marque « Saint-Nicolas » au nom de la commune de Saint-Nicolas-de-Port. Les élus alsaciens s'étonnent que l'INPI ait accepté une telle appropriation car de nombreux marchés traditionnels en Alsace portent le nom de Saint-Nicolas. Nous avons négocié avec la Ville de Nancy, mais celle-ci ayant maintenu sa position, nous envisageons un recours judiciaire en vue d'obtenir la suppression de cette protection. Cette proposition de loi nous permettra de trouver une solution.

M. Alain Marc. Les produits alimentaires ne sont pas aussi protégés que vous semblez le penser. Ainsi, la marque Roquefort a été utilisée pour d'autres produits fabriqués dans d'autres lieux du monde, notamment en Asie. Quant aux produits non alimentaires, ils ne font l'objet d'aucune protection.

La proposition de loi prévoit une protection nationale, avec les limites que nous connaissons. Son article 1^{er}, qui donne une définition de l'indication géographique protégée, liée à certains critères, permettra de mettre fin à certaines difficultés. Ainsi, si les communes de Laguiole et de Thiers avaient eu seules la

capacité de baptiser leurs couteaux, nous aurions pu éviter les importations à bas prix de couteaux et d'ustensiles estampillés Laguiole mais produits en Asie.

D'autre part, la propriété du nom de la commune ne saurait appartenir à quiconque qui empêcherait à celle-ci de fabriquer des produits portant son nom. C'est pourquoi l'article 2 entend permettre aux collectivités territoriales de s'opposer à l'utilisation de leur nom si elles le souhaitent.

Le groupe UMP votera donc cette proposition de loi qui comble un vide juridique.

M. Franck Reynier. Je vous félicite pour votre engagement, monsieur le rapporteur, et suis sensible à votre démarche de protéger les indications géographiques. J'y suis d'autant plus sensible que le nougat de Montélimar n'est pas protégé. La démarche IGP est en cours, mais il est difficile, dans un domaine concurrentiel, d'amener tous les acteurs à engager une démarche collective. Le fait de disposer d'un cadre législatif ne garantit pas non plus d'avoir une application qui soit la plus efficace possible ; il faut aussi qu'il y ait une sensibilisation des professionnels et des acteurs économiques.

Une meilleure information du consommateur sur le produit qu'il achète est également nécessaire. Actuellement, les consommateurs, en toute bonne foi, peuvent acheter un couteau de Laguiole fabriqué en Chine ou manger un nougat de Montélimar produit ailleurs.

La mention de l'IGP, en valorisant la culture et le savoir-faire d'un territoire depuis plusieurs générations, a un réel impact sur l'économie locale. À l'heure où nous battons contre les délocalisations, c'est un argument intéressant.

L'Europe étudie la possibilité d'étendre le dispositif des IGP aux produits non alimentaires, mais il n'en est pas moins urgent de mettre en place des outils législatifs susceptibles de mieux protéger le savoir-faire de nos territoires et les consommateurs.

Les législateurs que nous sommes doivent penser à ceux qui luttent pour sauver l'économie de leur territoire et non à leur petite cuisine politicienne. C'est pourquoi je demande à nos collègues qui s'expriment contre cette proposition de loi de faire en sorte que nous puissions poursuivre le travail législatif, éventuellement en déposant des amendements. Le groupe UDI, quant à lui, soutiendra cette proposition de loi.

M. André Chassaigne. J'ai pris connaissance avec grand intérêt de cette proposition de loi, et j'ai apprécié les précisions apportées par M. le rapporteur.

L'article 30, ancien article 36, du traité instituant la Communauté européenne autorise les « interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit », en particulier lorsqu'elles sont justifiées par des raisons de protection de la propriété industrielle et commerciale, à condition qu'elles ne

constituent « ni un moyen de discrimination arbitraire, ni une restriction déguisée dans le commerce entre les États membres ».

Le cahier des charges d'une indication géographique protégée devra donc prendre en considération des arguments historiques, économiques et industriels, et se garder – comme l'a dit M. Benoît Hamon hier – de toute approche sentimentale ou affective. Méfions-nous des grandes formules à l'emporte-pièce ! Si l'on ne respectait pas les antécédents, il y aurait un risque de multiplication des contentieux, qui apporteraient, j'en suis convaincu, la victoire à ceux qui détiennent l'antériorité de la fabrication d'un produit. Il ne faut pas laisser gagner ceux qui caricaturent nos positions. Le texte de loi comme les décrets d'application devront donc être rédigés avec soin.

Au reste, deux points n'apparaissent pas dans le texte discuté lors de la précédente législature : qui définira le cahier des charges ? Qui sera le porteur du projet – collectivités locales, préfet de massif, professionnels ? Nous attendons des précisions sur ces points.

L'article 2 de la proposition de loi accorde à la collectivité locale un pouvoir discrétionnaire pour accepter ou refuser l'utilisation de son nom. Cela pose la question de la rétroactivité. Ainsi, des couteaux appelés Saint-Amant, Montpellier, Roquefort, Aurillac... existent depuis extrêmement longtemps : que deviendront-ils ? Là encore, il faudra être très précis afin d'éviter autant que possible les contentieux. Des marques déjà déposées – je pense bien sûr à M. Szajner, que nous avons reçu – seront-elles concernées par cette nouvelle législation ?

Mme Brigitte Allain. Cette proposition de loi vise à étendre les indications géographiques protégées afin de valoriser et de protéger les savoir-faire locaux et donc de s'assurer que les produits sont fabriqués sur le territoire qui leur donne leur nom. L'idée est intéressante, mais il faudrait apporter plus de garanties, en prévoyant notamment un cahier des charges plus exigeant et en mettant l'accent sur la qualité des produits. Le consommateur qui achète un produit porteur d'une IGP doit en effet être sûr de la qualité de ce produit. Or, en matière alimentaire, et contrairement aux appellations d'origine contrôlée (AOC), les IGP n'assurent pas toujours le consommateur de l'origine locale du produit ou même de sa qualité ; et il est encore plus facile de démanteler la fabrication d'un produit manufacturé !

Afin de dissiper la crainte qu'une porcelaine « de Limoges » soit en réalité fabriquée en Chine, il faut encadrer mieux que ne le fait cette proposition de loi les conditions dans lesquelles une IGP peut être décernée. Si des dérives devaient être constatées, ce sont les entreprises engagées dans une démarche de qualité qui seraient touchées. En particulier, il faudrait remplacer « ou » par « et » dans l'expression « les modalités de production, de transformation, d'élaboration ou de fabrication ».

La proposition de loi ne résout pas, en outre, le problème de Laguiole, dont le nom a été usurpé.

Une proposition de loi doit être novatrice et répondre aux attentes des consommateurs ; elle doit se fonder non seulement sur des critères de qualité, mais aussi sur des critères sociaux et environnementaux. En l'état, les députés écologistes ne pourront donc pas approuver cette proposition de loi.

Mme Jeanine Dubié. Il est certain que la protection des indications géographiques de produits manufacturés ou artisanaux doit être renforcée. Le code de la consommation prévoit l'interdiction et la sanction de fausses appellations d'origine, y compris pour les produits industriels. Toutefois, cette procédure nationale se révèle souvent inadaptée aux nouveaux enregistrements. Sur le plan communautaire, les appellations d'origine protégée et les IGP, créées par les instances européennes en 1992, sont attribuées seulement à des produits agricoles ou alimentaires. Les sénateurs de gauche avaient, en 2011, déposé un amendement afin d'étendre ce mécanisme de protection, mais il fut malheureusement rejeté.

Le constat de l'inadéquation de la législation actuelle est donc partagé. Cependant, nous ne pouvons approuver cette proposition de loi qui nous paraît incomplète : elle ne prévoit par exemple ni financement, ni organisme pour gérer les IGP.

Il faudrait, de plus, associer dès le début les professionnels, comme c'est le cas pour les produits alimentaires. Ici, l'entière responsabilité de la démarche est laissée aux pouvoirs publics.

Le groupe RRDP soutient donc la concertation menée par Mme Sylvia Pinel et M. Benoît Hamon, qui prévoient de déposer un projet de loi sur ce sujet au début de l'année 2013 : l'extension des IGP aux produits artisanaux et industriels permettra de répondre aux attentes des producteurs, concurrencés par des producteurs qui usurpent les appellations géographiques et commercialisent des produits qui trompent les consommateurs.

Nous ne voterons donc pas cette proposition de loi.

M. le rapporteur. Madame Marcel, le texte a bien sûr évolué, puisque je recherche le consensus. Comme rapporteur du projet de loi sur la consommation, j'avais, vos collègues vous le diront, été attentif à tous les amendements, y compris ceux de l'opposition. Nous devrions tous adopter cette démarche : ne repoussez pas cette proposition de loi uniquement parce qu'elle émane de l'UMP !

Le projet de loi Lefebvre était, je vous le rappelle, accompagné d'une étude d'impact.

Si l'INAO – compétent pour les IGP alimentaires – est mentionné dans l'exposé des motifs de la proposition de loi, la gestion des IGP non alimentaires

reviendrait à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).

Il est bien entendu nécessaire d'associer les professionnels : relisez l'article 1^{er} ! Ce sont eux qui proposent le cahier des charges, et qui sont donc à l'origine de l'IGP. Même le projet de loi de M. Hamon ne pourra pas faire mieux.

J'ai entendu que ce projet manquait d'ambition, qu'il était incomplet. Il s'en tient à ce qui ressort du domaine de la loi, ce qui me semble logique. Pour le reste, faites des propositions, acceptez le débat comme je l'accepte ! Allons de l'avant !

M. Straumann a évoqué l'affaire « Saint-Nicolas » et le conflit entre Nancy et Saint-Nicolas-de-Port d'une part et l'Alsace de l'autre. Cette proposition de loi permettrait de prévenir de tels conflits : grâce à l'obligation d'information, les communes seront alertées et pourront donc négocier en amont du processus. Le dépôt d'une marque collective pourrait par exemple être envisagé dans ce cas-là.

Dans mon travail, je suis justement parti de ces cas concrets – Saint-Nicolas ou Laguiole. Avec ce texte, ces problèmes seront résolus.

Je remercie M. Marc, qui connaît bien l'affaire Laguiole, de son soutien. Ce que nous faisons vaut pour l'avenir : le dépôt d'une IGP permettra à l'avenir de conforter, de consolider, de protéger les producteurs de ces territoires qui ont besoin de se réapproprier leur nom ; en revanche, le droit national, européen et international des marques nous interdit de remettre en cause ce qui a déjà été fait.

Monsieur Reynier, vous avez raison, cette extension est très attendue. Il est urgent d'agir. Certes, l'Union européenne a commencé à travailler sur le sujet, puisque la Commission européenne a saisi un cabinet qui mène une enquête à l'échelle de l'Europe pour connaître l'état des législations nationales. Toutefois, ce n'est qu'après que cette enquête aura été effectuée que la Commission fera une proposition, c'est-à-dire pas avant deux ou trois ans. En légiférant en France, nous donnerons envie à l'Union d'aller plus loin, ce qui serait positif pour nous : si une telle législation n'est adoptée que dans notre pays, elle sera assez fragile.

Monsieur Chassaigne, merci de vos propos. Vous aviez appelé notre attention sur plusieurs difficultés, ce qui nous avait permis d'améliorer le texte déposé lors de la précédente législature. Je suis d'ailleurs allé au-delà de ce que nous avons proposé alors : cette proposition de loi tient donc très largement compte des remarques que vous aviez formulées.

Il faut effectivement prendre en considération le droit du marché unique. Les cahiers des charges devront donc être rédigés avec les plus grandes précautions et en utilisant, comme vous le disiez, des arguments historiques, industriels et économiques.

N'oublions pas non plus qu'une IGP concernera souvent plusieurs communes.

À propos du nom de couteaux existant depuis longtemps, je veux vous rassurer : nous ne pouvons pas remettre en cause le droit des tiers – c'est-à-dire ceux qui utilisent déjà un nom.

Madame Allain, le cahier des charges sera très précis, parce qu'il sera rédigé par les demandeurs et parce que la loi le demande : relisez l'alinéa 5 de l'article 1^{er}. On ne peut pas être plus précis !

Quant au risque de conflit entre une marque existante et une IGP, je répète que nous ne touchons pas au droit des marques, qui protège le droit des tiers. On peut s'en féliciter ou le regretter suivant les cas, mais nous ne pouvons légiférer que pour l'avenir : il est donc d'autant plus urgent d'agir.

Madame Dubié, ce texte est complet et précis. Si cela vous paraît nécessaire, je le répète, vous pouvez le compléter en déposant des amendements. Comme je l'ai déjà dit, l'étude d'impact existe, et des débats parlementaires ont déjà eu lieu.

Faut-il créer un organisme spécifique pour gérer l'extension des IGP ? Non, surtout pas ! La DGCCRF a réalisé une étude en 1995 : elle recensait alors une centaine de produits non alimentaires qui pourraient être concernés – tapisseries d'Aubusson, chaussures de Romans, ardoise des Pyrénées... Ses agents connaissent très bien les problèmes de droit de la concurrence, qu'ils traitent déjà, et ils peuvent parfaitement traiter une centaine de dossiers. L'INAO en revanche ne serait pas armé pour cela – il dépend du ministère de l'agriculture.

Enfin, je répète que les professionnels seront évidemment étroitement associés à cette démarche.

Retrouvons-nous donc ce matin pour adopter ce texte, sans attendre un hypothétique projet de loi qui traitera de toute façon aussi de nombreuses autres questions.

M. Alain Suguenot. Même si une marque alimentaire est protégée, la collectivité territoriale elle-même ne l'est pas forcément. J'ai donc dû pour ma part protéger le nom de Beaune. Ce texte, dont je suis co-signataire, me paraît donc important.

J'aimerais savoir ce que vous prévoyez, monsieur le rapporteur, en cas de conflit entre une commune et une intercommunalité. Une intercommunalité peut en effet déposer le nom d'une commune qui, elle, ne l'a pas fait : c'est le cas de Chablis, par exemple.

D'autre part, qu'en sera-t-il de l'existant ? La proposition de loi mentionne ainsi les signes distinctifs. Mais certaines communes utilisent comme signe

distinctif un monument qui appartient à un particulier : cela ne peut-il pas poser problème ?

M. le rapporteur. La proposition de loi prévoit une obligation d'information, dont les modalités devront être précisées par décret – ce n'est pas le domaine de la loi. Cette obligation permettra d'éviter un grand nombre de difficultés. Ainsi, je suis moi-même maire du Touquet Paris-Plage : lorsque la capitale a créé l'opération Paris-Plage et déposé cette marque, nous avons été dépouillés de ce nom. Il y a eu un contentieux, qui s'est terminé par une transaction ; mais celle-ci s'est faite à notre détriment.

II.— EXAMEN DES ARTICLES

Article 1^{er}

(articles L. 115-1-1 et L. 115-2-1 [nouveaux], L. 115-3, L. 115-4, L. 115-16 du code de la consommation ; articles L. 711-4, L. 713-6, L. 721-1 et L. 722-1 du code de la propriété intellectuelle)

L'indication géographique des produits non alimentaires

L'information sur le produit acheté constitue aujourd'hui, plus que jamais peut-être, une donnée essentielle pour le consommateur. En effet, sous le double coup de la mondialisation qui tend à uniformiser certaines productions ou habitudes de consommation et le développement de systèmes d'approvisionnement mondial des entreprises qui fragmentent les procédés de production, il est impératif que le consommateur bénéficie d'une information complète et que les savoir-faire locaux puissent mettre en avant leurs qualités.

Plusieurs indications permettent dès à présent de procéder à cette indication de l'origine. Il s'agit, naturellement, en premier lieu, de l'AOC (appellation d'origine contrôlée) qui n'est d'ailleurs pas réservé formellement aux produits alimentaires et agricoles.

L'article L. 115-1 du code de la consommation dispose en effet que, « *constitue une appellation d'origine 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* ».

Parallèlement à la réglementation nationale, l'Union européenne a également développé un système d'appellations spécifiques de nature à informer et rassurer le consommateur, en insistant notamment sur l'authenticité et la qualité des produits. Après avoir rapidement adopté une directive relative à l'étiquetage des produits ⁽¹⁾, le Conseil des Communautés européennes travailla à un premier règlement ⁽²⁾ sur les appellations géographiques et d'origine. Compte tenu notamment des enjeux économiques et sanitaires attachés aux informations portées sur les produits, mais également des demandes des citoyens européens, les autorités compétentes travaillèrent d'arrache-pied sur ce sujet pour adopter un

(1) Directive 79/112/CEE du Conseil, du 18 décembre 1978, relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires destinées au consommateur final ainsi que la publicité faite à leur égard (JOCE du 8 février 1979, pages 1 s)

(2) Règlement n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (JOCE du 24 juillet 1992, pages 1 s.)

nouveau règlement ⁽¹⁾, qui distingue les AOP (appellations d'origine protégées) et les IGP (indications géographiques protégées) et qui, en dépit d'un large champ d'application, ne concerne ni les produits relevant du secteur vitivinicole (à l'exception des vinaigres de vin), ni les boissons spiritueuses. En vertu de l'article 2 du règlement, une *AOP* désigne le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou même d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire, soit que celui-ci en soit originaire, soit que ses caractères en soient directement issus. Par ailleurs, une *IGP* renvoie principalement au nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, là encore, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire originaire de cette région ou de ce lieu déterminé et dont une qualité déterminée peut être attribuée à cette origine géographique.

Dans un pays comme la France qui connaît aussi bien la porcelaine de Limoges que les chaussures de Romans, la coutellerie de Thiers que les tapisseries d'Aubusson, cet enjeu est particulièrement important tant en termes strictement économiques que d'image et de notoriété. Dans une communication datant de 2008 ⁽²⁾, la Commission européenne avait d'ailleurs, à juste titre, demandé que l'on réfléchisse « *aux moyens de faciliter la protection des IG pour des produits non agricoles afin d'en tirer des avantages pour les producteurs européens et des pays tiers* » (page 9). Actuellement, l'information existe réellement en ce qui concerne les produits agricoles, imposant notamment l'indication du « *lieu d'origine ou de provenance dans le cas où son émission pourrait induire le consommateur en erreur* » ⁽³⁾; en revanche, rien n'est prévu pour les produits non alimentaires, la législation européenne ne faisant qu'apposer l'indication géographique des produits importés dans l'Union, et ce pour de simples raisons d'ordre douanier.

Sur le fondement de l'article 36 du Traité sur l'Union européenne, qui autorise les États membres à mettre en place une protection *nationale* pour les dénominations justifiées par la protection de la propriété commerciale, le présent projet de loi souhaite remédier à cette lacune évidente.

Les trois premiers alinéas prévoient donc de créer un article L. 115-1-1 nouveau dans le code de la consommation, qui définit l'« indication géographique » comme « la dénomination d'une région, ou d'un lieu déterminé servant à désigner un produit » non alimentaire qui en serait originaire et possédant une qualité déterminée, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique et dont la production ou la

(1) Règlement n° 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (*JOUE* du 31 mars 2006, pages 12 s.)

(2) Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen, Une stratégie dans le domaine des droits de propriété industrielle pour l'Europe COM(2008) 465 final, 16 juillet 2008

(3) Règlement (CE) n° 1182/2007 du Conseil du 26 septembre 2007 établissant des règles spécifiques pour le secteur des fruits et légumes.

transformation, l'élaboration ou la fabrication ont lieu dans l'aire géographique délimitée par un cahier des charges.

À l'image de ce que prévoit la réglementation européenne applicable, **l'alinéa 5** (qui crée l'article L. 115-2-1 du code de la consommation) prévoit que l'usage d'une indication géographique est soumise au strict respect d'un cahier des charges, homologué pour chaque appellation par un décret pris après avis de l'Autorité de la concurrence, le système étant ainsi de nature à préserver qualité des produits, respect de la propriété intellectuelle et libre circulation des marchandises au sein de l'espace communautaire. À cet égard, sur le modèle de ce que prévoit l'article 4 du règlement communautaire 510/2006 précité qui, de façon extrêmement claire, énumère les éléments que doit comporter un tel cahier, l'article L. 115-2-1 nouveau décrit par le détail le contenu du cahier des charges subordonnant le droit de bénéficier d'une indication géographique.

Les **alinéas 6 et 8** ont principalement pour objet d'actualiser la rédaction des articles L. 115-3 et L. 115-4 du code de la consommation qui, l'un comme l'autre, renvoient à la procédure décrite à l'article L. 115-2 du même code. Celui-ci prévoit que la délimitation de l'aire géographique, qui conditionne ensuite l'usage d'une appellation d'origine, et désormais la définition des caractères d'un produit portant une appellation d'origine, se font en principe par décret en Conseil d'État. Il importe de souligner que ces décrets sont pris après une enquête publique et consultation des organisations ou groupements professionnels directement intéressés.

Les **alinéas 9, 10 et 11** ne font que procéder à une actualisation de l'article L. 115-16 du code de la consommation qui traite des sanctions applicables à toute personne qui ferait un usage non autorisé d'une appellation d'origine ou, désormais, d'une indication géographique.

Les **alinéas 12 à 16** modifient le code de la propriété intellectuelle pour organiser les relations entre les nouvelles indications géographiques protégées et les marques existantes ou qui font l'objet d'une demande d'enregistrement auprès de l'INPI. L'**alinéa 13** vise à ajouter les indications d'origine protégées à la liste des droits antérieurs auxquels une marque ne doit pas porter atteinte, sous peine de ne pas pouvoir être enregistrée. L'**alinéa 15** modifie l'article L 713-6 du code de la propriété intellectuelle qui organise la coexistence entre une marque enregistrée et d'autres signes distinctifs. Peuvent notamment déjà être utilisés, les signes similaires portant sur une dénomination sociale, un nom commercial ou une enseigne, lorsque cette utilisation est soit antérieure à l'enregistrement de la marque, soit est le fait d'un tiers de bonne foi employant son nom patronymique. À cette liste s'ajoute désormais l'utilisation d'un signe similaire comme appellation d'origine ou indication géographique. Pour une compréhension plus facile du texte, votre rapporteur souhaite préciser que l'existence d'une marque enregistrée ne fait pas obstacle à la création postérieure d'une IGP.

Les **alinéas 17 et suivants** du présent article procèdent enfin à la mise à jour de certaines dispositions du code de la propriété intellectuelle. L'article L. 721-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que les règles relatives à la détermination des appellations d'origine sont fixées par le code de la consommation : il s'agit ici d'ajouter cette précision pour les indications géographiques, offrant ainsi un parfait parallélisme procédural entre les articles L. 115-1 et L. 115-1-1 nouveau du code de la consommation. Dans le même ordre d'idées, l'article L. 722-1 précise qu'une atteinte portée à une indication géographique engage la responsabilité civile de son auteur : ainsi que le précise **l'alinéa 20** du présent article, ce principe vaut désormais également pour l'atteinte à une indication géographique telle que définie par l'article L. 115-1-1 nouveau du code de la consommation.

*
* *

*Contre l'avis du rapporteur, la commission **rejette** l'amendement rédactionnel CE 1 du rapporteur.*

*Puis elle **rejette** l'article 1^{er}.*

Après l'article 1^{er}

La commission examine ensuite l'amendement CE 2 du rapporteur, tendant à insérer un article additionnel après l'article 1^{er}.

M. le rapporteur. Cet amendement vise à restructurer le texte de la proposition de loi afin de faire figurer en tête des dispositions relatives à la protection des noms des collectivités territoriales une disposition de principe selon laquelle les collectivités territoriales bénéficient de l'usage exclusif de leur dénomination et de leurs signes distinctifs, dès lors qu'elles les utilisent dans le cadre de leurs missions de service public.

D'autre part, la nouvelle rédaction synthétise la position jurisprudentielle sur le domaine d'intervention exclusif des collectivités territoriales.

*Contre l'avis du rapporteur, la commission **rejette** l'amendement CE 2.*

Article 2

(article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle)

Protection de la dénomination des collectivités territoriales

L'abondance du contentieux le prouve, l'utilisation de la dénomination de nombreuses collectivités territoriales par des entreprises a souvent pour fonction

de profiter de la notoriété et de l'attractivité de celles-ci en créant parfois un préjudice aux acteurs locaux. Ce cas de figure n'est heureusement pas systématique mais il apparaît nécessaire d'organiser une information précoce des collectivités territoriales en cas de demande d'enregistrement d'une marque incorporant leur dénomination. Jusqu'à maintenant en effet les collectivités ne peuvent que saisir, parfois avec un important décalage, les juridictions civiles afin de voir reconnaître l'existence d'un préjudice en raison de l'utilisation déceptive de leur dénomination ou du risque de confusion avec leurs activités.

Cet article procède à une large réécriture de l'article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle qui encadre les modalités d'opposition à une demande d'enregistrement d'une marque auprès de l'INPI.

L'alinéa 2 de cet article introduit une obligation d'information au bénéfice des collectivités territoriales en cas d'utilisation de leur nom ou de leurs signes distinctifs. Votre rapporteur a déposé un amendement afin de préciser que c'est au moment de la demande d'enregistrement de la marque que doit se placer l'information de la ou des collectivités concernées.

L'alinéa 3 prolonge l'obligation d'information créée à l'alinéa précédent en ouvrant un droit nouveau d'opposition à la demande d'enregistrement au bénéfice de la ou des collectivités concernées. Ainsi dans un délai de deux mois suivant la publication de la demande d'enregistrement, les collectivités territoriales concernées pourront, selon l'**alinéa 4**, former opposition sur le fondement des dispositions du h) de l'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle. Celui-ci dispose en effet qu'un signe ne peut être adopté comme marque s'il porte atteinte « *au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale* ».

Les alinéas 5 à 7 reprennent les dispositions actuelles de l'article L. 711-4 du code de la propriété intellectuelle.

Votre rapporteur a déposé un amendement visant tout d'abord à faire figurer l'obligation d'information des collectivités territoriales dans l'article du code de la propriété industrielle concernant la procédure d'enregistrement des marques car c'est le fait générateur de l'information. Cet amendement procède également à une simplification rédactionnelle pour ce qui concerne les titulaires du droit d'opposition à l'enregistrement d'une marque. Il précise enfin les fondements qui permettent à une collectivité territoriale de s'opposer à un tel enregistrement.

*

* *

La commission est saisie de l'amendement CE 3 du rapporteur.

M. le rapporteur. Cet amendement vise tout d'abord à faire figurer l'obligation d'information des collectivités territoriales dans l'article du code de la propriété industrielle concernant la procédure d'enregistrement des marques : c'est le fait générateur de l'information.

Il procède également à une simplification rédactionnelle pour ce qui concerne les titulaires du droit d'opposition à l'enregistrement d'une marque.

Il précise enfin les fondements qui permettent à une collectivité territoriale de s'opposer à un tel enregistrement.

Je répète donc que nous ne touchons pas au droit des marques au fond : les collectivités territoriales devront s'appuyer sur ce droit des marques pour défendre leurs intérêts.

La commission rejette l'amendement CE 3.

Puis elle rejette l'article 2.

Article 3

(article L. 1111-2 du code général des collectivités territoriales)

Usage exclusif de la dénomination des collectivités territoriales dans le cadre des missions de service public

Cet article reprend le texte de la proposition de loi M. Yves Censi, Mme Martine Aurillac et M. Patrick Balkany et plusieurs de leurs collègues tendant à protéger le nom des communes et des territoires (n° 2882), déposée le 19 octobre 2010. Selon l'exposé des motifs de cette proposition de loi, les collectivités territoriales, personnes morales de droit public, ont besoin d'identifier leurs institutions et les services qu'elles offrent à leurs administrés. Leur dénomination est le moyen principal d'y parvenir et constitue en cela un signe distinctif essentiel pour la commune. »

Aussi, au regard des missions de service public qui lui sont confiées, une collectivité territoriale doit pouvoir jouir d'une totale disponibilité de son nom, en étant protégée contre les actes parasitaires ou à visée exclusivement commerciale.

Cet article complète en ce sens l'article L. 1111-2 du code général des collectivités territoriales.

Votre rapporteur a déposé un amendement ayant un double objet. D'une part, il restructure le texte de la proposition de loi afin de faire figurer cette disposition de principe en tête de celles relatives à la protection des noms des collectivités territoriales. D'autre part, la nouvelle rédaction synthétise la position jurisprudentielle sur le domaine d'intervention exclusif des collectivités territoriales.

*

* *

*Contre l'avis du rapporteur, la commission **rejette** l'amendement de coordination CE 4 du rapporteur.*

*Elle **rejette** ensuite l'article 3.*

Après l'article 3

La Commission examine enfin l'amendement CE 5 du rapporteur, tendant à insérer un article additionnel après l'article 3.

M. le rapporteur. Cet amendement vise à faire du nom d'une commune une marque collective, dès lors que cette commune aurait adopté un règlement d'usage en ce sens. Nous nous appuyons donc là encore sur le droit des marques pour renforcer les droits des collectivités territoriales. Cette disposition, qui est nouvelle, me paraît constituer une véritable avancée.

*La commission **rejette** l'amendement CE 5.*

M. le président François Brottes. Cette proposition de loi constitue malgré tout un travail important ; elle nourrira sans aucun doute nos débats ultérieurs.

*En conséquence du rejet de tous ses articles, l'ensemble de la proposition de loi est **rejeté**.*

En conséquence, aux termes de l'article 42 de la Constitution, la discussion en séance publique aura lieu sur le texte initial de cette proposition de loi.

TABLEAU COMPARATIF

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
Code de la consommation	Proposition de loi visant à mieux protéger les indications géographiques et les noms des collectivités territoriales	Article 1er
<i>Livre I^{er} : Information des consommateurs et formation des contrats</i> <i>Titre I^{er} : Information des consommateurs</i> <i>Chapitre V : Valorisation des produits et des services</i> <i>Section 1 : Appellations d'origine</i> <i>Sous-section 1 : Définition</i>	Article 1^{er} I. – La section 1 du chapitre V du titre I ^{er} du livre I ^{er} du code de la consommation est ainsi modifiée : 1° La sous-section 1 est complétée par un article L. 115-1-1 ainsi rédigé : « <i>Art. L. 115-1-1. – Constitue une indication géographique la dénomination d'une région 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 à cette origine géographique et dont la production ou la transformation, l'élaboration ou la fabrication ont lieu dans l'aire géographique délimitée par le cahier des charges mentionné à l'article L. 115-2-1.</i> » ;	<i>(Rejeté)</i>

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
<p><i>Sous-section 2 : Procédure administrative de protection</i></p>	<p>2° Après l'article L. 115-2, il est inséré un article L. 115-2-1 ainsi rédigé :</p>	
<p><i>Art. L. 115-2.</i> – À défaut de décision judiciaire définitive rendue sur le fond en application des articles L. 115-8 à L. 115-15, un décret en Conseil d'État peut délimiter l'aire géographique de production et déterminer les qualités ou caractères d'un produit portant une appellation d'origine en se fondant sur des usages locaux, loyaux et constants.</p>	<p>« <i>Art. L. 115-2-1.</i> – Un décret, pris après avis de l'Autorité de la concurrence, peut homologuer un cahier des charges dont le respect ouvre l'usage d'une indication géographique au bénéfice d'un produit autre qu'agricole, forestier, alimentaire ou de la mer. Le cahier des charges indique le nom du produit, délimite l'aire géographique, définit la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique et précise les modalités de production, de transformation, d'élaboration ou de fabrication qui ont lieu dans cette aire géographique ainsi que les modalités de contrôle des produits. » ;</p>	
<p>La publication de ce décret fait obstacle pour l'avenir à l'exercice de l'action prévue aux articles L. 115-8 à L. 115-15.</p>	<p>3° À l'article L. 115-3, les mots : « Le décret prévu à l'article L. 115-2 peut » sont remplacés par les mots : « Les décrets prévus aux articles L. 115-2 et L. 115-2-1 peuvent » et, après le mot : « origine », sont insérés les mots : « ou de l'indication géographique » ;</p>	
<p><i>Art. L. 115-3.</i> – Le décret prévu à l'article L. 115-2 peut interdire de faire figurer, sur les produits autres que ceux bénéficiant de l'appellation d'origine ou sur les emballages qui les contiennent et les étiquettes, papiers de commerce et factures qui s'y réfèrent, toute indication pouvant provoquer une confusion sur l'origine des produits.</p>	<p>4° L'article L. 115-4 est ainsi rédigé :</p>	
<p><i>Art. L. 115-4.</i> – Le décret prévu à l'article L. 115-2 est pris après enquête publique réalisée conformément au code de l'expropriation pour cause d'utilité publique et consultation des</p>	<p>« <i>Art. L. 115-4.</i> – Les décrets prévus aux articles L. 115-2 et L. 115-2-1 sont pris après une enquête publique et consultation des organisations ou groupements professionnels directement</p>	

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
groupements professionnels directement intéressés.	intéressés, dans des conditions et selon des modalités précisées par voie réglementaire. » ;	
.....		
<i>Sous-section 4 : Actions correctionnelles</i>		
<i>Art. L. 115-16.</i> – Est puni de deux ans d'emprisonnement et d'une amende de 37 500 € le fait :		
1° De délivrer une appellation d'origine contrôlée sans satisfaire aux conditions prévues à l'article L. 642-3 du code rural et de la pêche maritime ;		
2° De délivrer une appellation d'origine contrôlée qui n'a pas fait l'objet de l'homologation prévue à l'article L. 641-7 du code rural et de la pêche maritime ;		
3° D'utiliser ou de tenter d'utiliser frauduleusement une appellation d'origine ;	5° Aux 3° et 4° de l'article L. 115-16, après le mot : « origine », sont insérés les mots : « ou une indication géographique » ;	
4° D'apposer ou de faire apparaître, par addition, retranchement ou par une altération quelconque, sur des produits, naturels ou fabriqués, mis en vente ou destinés à être mis en vente, une appellation d'origine en la sachant inexacte ;		
5° D'utiliser un mode de présentation faisant croire ou de nature à faire croire qu'un produit bénéficie d'une appellation d'origine ;	6° Aux 5° et 6° du même article L. 115-16, après le mot : « origine », sont insérés les mots : « ou d'une indication géographique » ;	
6° De faire croire ou de tenter de faire croire qu'un produit assorti d'une appellation d'origine est garanti par l'État ou par un organisme public ;		
7° De mentionner sur un produit la présence dans sa composition d'un autre produit bénéficiant d'une appellation d'origine lorsque cette mention détourne ou affaiblit la réputation de l'appellation concernée.	7° Au 7° dudit article L. 115-16, après le mot : « origine », sont insérés les mots : « ou d'une indication géographique » et, après les mots : « l'appellation », sont insérés les mots : « ou de l'indication ».	

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
<p>.....</p> <p>Code de la propriété intellectuelle</p> <p><i>Art. L. 711-4.</i> – Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment :</p> <p>a) A une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ;</p> <p>b) À une dénomination ou raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;</p> <p>c) À un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;</p> <p>d) À une appellation d'origine protégée ;</p> <p>e) Aux droits d'auteur ;</p> <p>f) Aux droits résultant d'un dessin ou modèle protégé ;</p> <p>g) Au droit de la personnalité d'un tiers, notamment à son nom patronymique, à son pseudonyme ou à son image ;</p> <p>h) Au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale.</p> <p>.....</p> <p><i>Art. L. 713-6.</i> – L'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à l'utilisation du même signe ou d'un signe similaire comme :</p> <p>a) Dénomination sociale, nom commercial ou enseigne, lorsque cette utilisation est soit antérieure à l'enregistrement, soit le fait d'un tiers de bonne foi employant son nom patronymique ;</p>	<p>II. – Le code de la propriété intellectuelle est ainsi modifié :</p> <p>1° Le d) de l'article L. 711-4 est complété par les mots : « ou une indication géographique protégée » ;</p> <p>2° Le dernier alinéa de l'article L. 713-6 est remplacé par deux alinéas ainsi rédigés :</p>	

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
<p>b) Référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit ou d'un service, notamment en tant qu'accessoire ou pièce détachée, à condition qu'il n'y ait pas de confusion dans leur origine.</p>	<p>« L'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à l'utilisation d'un signe similaire comme appellation d'origine ou indication géographique définies aux articles L. 115-1 et L. 115-1-1 du code de la consommation.</p>	
<p>Toutefois, si cette utilisation porte atteinte à ses droits, le titulaire de l'enregistrement peut demander qu'elle soit limitée ou interdite.</p>	<p>« Toutefois, si ces utilisations portent atteinte à ses droits, le titulaire de l'enregistrement peut demander qu'elles soient limitées ou interdites. » ;</p>	
<p>.....</p>	<p>3° L'article L. 721-1 est ainsi rédigé :</p>	
<p><i>Art. L. 721-1.</i> – Les règles relatives à la détermination des appellations d'origine sont fixées par l'article L.115-1 du code de la consommation reproduit ci-après :</p>	<p>« <i>Art. L. 721-1.</i> – Les règles relatives à la détermination des appellations d'origine et des indications géographiques sont fixées par les articles L. 115-1 et L. 115-1-1 du code de la consommation. » ;</p>	
<p>" Article L. 115-1 : Constitue une appellation d'origine 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. "</p>		
<p>.....</p>	<p>4° Le a) de l'article L. 722-1 est ainsi rédigé :</p>	
<p><i>Art. L. 722-1.</i> – Toute atteinte portée à une indication géographique engage la responsabilité civile de son auteur.</p>		
<p>Pour l'application du présent chapitre, on entend par "indication géographique" :</p>		
<p>a) Les appellations d'origine définies à l'article L. 115-1 du code de la consommation ;</p>	<p>« a) Les appellations d'origine et les indications géographiques définies aux articles L. 115-1 et L. 115-1-1 du code de la consommation ; ».</p>	
<p>.....</p>		

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
<p><i>Art. L. 712-4.</i> – Pendant le délai mentionné à l'article L. 712-3, opposition à la demande d'enregistrement peut être faite auprès du directeur de l'Institut national de la propriété industrielle par le propriétaire d'une marque enregistrée ou déposée antérieurement ou bénéficiant d'une date de priorité antérieure, ou par le propriétaire d'une marque antérieure notoirement connue.</p>	<p style="text-align: center;">Article 2</p> <p>Les quatre premiers alinéas de l'article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle sont remplacés par six alinéas ainsi rédigés :</p> <p>« Toute collectivité territoriale doit être informée de l'utilisation de son nom ou de ses signes distinctifs, notamment à des fins commerciales, dans des conditions fixées par décret.</p> <p>« Pendant le délai mentionné à l'article L. 712-3, opposition à la demande d'enregistrement peut être faite auprès du directeur de l'Institut national de la propriété industrielle par :</p>	<p style="text-align: center;">Article 2</p> <p style="text-align: center;"><i>(Rejeté)</i></p>
<p>Le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation dispose également du même droit, sauf stipulation contraire du contrat.</p>	<p>« 1° Une collectivité territoriale agissant au bénéfice du h) de l'article L. 711-4 ;</p> <p>« 2° Le propriétaire d'une marque enregistrée ou déposée antérieurement ou bénéficiant d'une date de priorité antérieure ou par le propriétaire d'une marque antérieure notoirement connue.</p>	
<p>L'opposition est réputée rejetée s'il n'est pas statué dans un délai de six mois suivant l'expiration du délai prévu à l'article L. 712-3.</p>	<p>« Le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation dispose également du même droit, sauf stipulation contraire du contrat.</p> <p>« L'opposition est réputée rejetée s'il n'est pas statué dans un délai de six mois suivant l'expiration du délai prévu à l'article L. 712-3. Toutefois, ce délai peut être suspendu : »</p>	
<p>Toutefois, ce délai peut être suspendu :</p>		
<p>a) Lorsque l'opposition est fondée sur une demande d'enregistrement de marque ;</p>		
<p>b) En cas de demande en nullité, en déchéance ou en revendication de propriété, de la marque sur laquelle est fondée l'opposition ;</p>		

Dispositions en vigueur	Texte de la proposition de loi	Texte adopté par la Commission
<p>c) Sur demande conjointe des parties, pendant une durée de trois mois renouvelable une fois.</p>	<p>Article 3</p>	<p>Article 3</p>
<p>Code général des collectivités territoriales</p>	<p>L'article L. 1111-2 du code général des collectivités territoriales est complété par un alinéa ainsi rédigé :</p>	<p><i>(Rejeté)</i></p>
<p><i>Art. L. 1111-2</i> – Les communes, les départements et les régions règlent par leurs délibérations les affaires de leur compétence.</p>	<p>Ils concourent avec l'État à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social, sanitaire, culturel et scientifique, ainsi qu'à la protection de l'environnement, à la lutte contre l'effet de serre par la maîtrise et l'utilisation rationnelle de l'énergie, et à l'amélioration du cadre de vie. Chaque année, dans les communes ayant conclu avec l'État un contrat d'objectifs et de moyens relevant de la politique de la ville ou ayant bénéficié de la dotation de solidarité urbaine et de cohésion sociale, au cours de l'exercice précédent, il est présenté, avant la fin du deuxième trimestre qui suit la clôture de cet exercice, un rapport aux assemblées délibérantes des collectivités territoriales et des établissements publics de coopération intercommunale compétents sur les actions menées en matière de développement social urbain. Ce rapport retrace l'évolution des indicateurs relatifs aux inégalités, les actions entreprises sur les territoires concernés et les moyens qui y sont affectés.</p>	<p>« Les collectivités territoriales bénéficient d'une disponibilité pleine et entière de leur dénomination et peuvent en faire librement usage dans le cadre de l'exercice des missions de service public qu'elles assurent. »</p>
<p>Les communes, les départements et les régions constituent le cadre institutionnel de la participation des citoyens à la vie locale et garantissent l'expression de sa diversité.</p>		

AMENDEMENTS EXAMINÉS PAR LA COMMISSION

Amendement CE 1 présenté par M. Daniel Fasquelle, rapporteur :

Article premier

À l'alinéa 15 de cet article, après les mots : « à l'utilisation », insérer le mot : « postérieure ».

Amendement CE 2 présenté par M. Daniel Fasquelle, rapporteur :

Article additionnel après l'article 1^{er}

Insérer l'article suivant :

L'article L. 1111-2 du code général des collectivités territoriales est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les collectivités territoriales bénéficient de l'usage exclusif de leur dénomination et de leurs signes distinctifs dans le cadre de l'exercice des missions de service public qu'elles assurent. »

Amendement CE 3 présenté par M. Daniel Fasquelle, rapporteur :

Article 2

Rédiger ainsi cet article :

I. L'article L. 712-2 du code de la propriété intellectuelle est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Toute collectivité territoriale est informée des demandes d'enregistrement de marques comportant son nom, dans des conditions fixées par décret. »

II. Le premier alinéa de l'article L. 712-4 du code de la propriété intellectuelle est remplacé par trois alinéas ainsi rédigés :

« Pendant le délai mentionné à l'article L. 712-3, opposition à la demande d'enregistrement peut être faite auprès du directeur de l'Institut national de la propriété industrielle par :

« 1° Une collectivité territoriale agissant en vertu des dispositions relatives à la provenance géographique figurant aux articles L. 711-2 et L. 711-3 ainsi que du h) de l'article L. 711-4 ;

« 2° Le propriétaire d'une marque enregistrée ou déposée antérieurement ou bénéficiant d'une date de priorité antérieure ou par le propriétaire d'une marque antérieure notoirement connue.

Amendement CE 4 présenté par M. Daniel Fasquelle, rapporteur :

Article 3

Supprimer cet article.

Amendement CE 5 présenté par M. Daniel Fasquelle, rapporteur :

Article additionnel après l'article 3

Insérer l'article suivant :

L'article L. 715-1 du code de la propriété intellectuelle est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les collectivités territoriales bénéficient à l'égard de leur dénomination d'une présomption de marque collective dont elles peuvent se prévaloir dès lors qu'elles ont adopté un règlement d'usage mentionné à l'article L. 715-1 du code de la propriété intellectuelle. »

LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

Association des praticiens du droit des marques et des modèles (APRAM)

M. Bertrand Geoffray, Conseil en propriété industrielle, Cabinet Beau de Loménie Président de l'APRAM

M. José Monteiro, directeur des marques L'Oréal, ancien président de l'APRAM

Mme Sylvie Benoliel-Claux, avocate, Cabinet Antoine & Benoliel, présidente de la commission marques nationales de l'APRAM

Institut national de la propriété industrielle (INPI)

M. Yves Lapierre, directeur général

M. Fabrice Claireau, directeur des affaires juridiques et internationales