

Sommaire

Abréviations et sigles	XI
Préface	XV
Introduction	1
PREMIÈRE PARTIE	
LES INSTRUMENTS DE LA PROTECTION	41
TITRE 1	
LES RÉGIMES JURIDIQUES DES INSTRUMENTS DE PROTECTION	47
Chapitre I. Les régimes des marques de nature collective	49
<i>Section 1 - Les marques de nature collective en Europe</i>	50
§ 1. Les marques de nature collective en droit français	50
A - Les marques collectives simples : un mécanisme peu adapté	51
B - Les marques collectives de certification : un mécanisme d'application limitée	54
1. <i>Le champ d'application limité</i>	54
2. <i>Les particularités de fonctionnement</i>	57
3. <i>La protection</i>	60
§ 2. Les marques de nature collective en droit communautaire	63
A - Les conditions d'accès à la protection	63
B - Le régime ambigu	65
<i>Section 2 - Les marques de nature collective aux États-Unis</i>	68
§ 1. Les différents types de marques pouvant protéger des indications géographiques	70
A - Les collective marks	71
B - Les certification marks	74
1. <i>Les conditions d'accès à la protection</i>	75
2. <i>Les particularités du fonctionnement</i>	76
§ 2. La protection des marques de nature collective aux États-Unis	80
A - L'acquisition de la protection par l'usage	80
B - Le contenu de la protection	83
1. <i>L'action en contrefaçon</i>	84
2. <i>L'action en dilution</i>	87
Chapitre II. Les régimes des appellations d'origine	91
<i>Section 1 - Les appellations d'origine en Europe</i>	92
§ 1. Les appellations d'origine en droit français	95
A - Les deux sortes d'appellations d'origine	95
1. <i>Les appellations d'origine simples</i>	95
2. <i>Les appellations d'origine contrôlées</i>	98

Sommaire

B - La protection des appellations d'origine	104
1. Le contenu de la protection	104
2. Les actions pénales spécifiques	127
§ 2. Les appellations d'origine en droit communautaire	131
A - La procédure d'enregistrement	132
B - La protection	136
1. Les actes interdits par les règlements	137
2. Les modes d'action et de sanction	140
§ 3. L'articulation du droit communautaire et des droits nationaux	149
Section 2 - Les appellations of origin en droit américain	154
§ 1. La reconnaissance des appellations of origin	154
A - Les différentes catégories	155
1. Les appellations of origin « simples »	155
2. Les American Viticultural Areas (AVA)	157
B - La reconnaissance administrative des AVA	159
1. La procédure d'enregistrement	159
2. Le renforcement du contrôle du TTB	161
§ 2. La protection des appellations of origin	164
A - Les conditions d'utilisation	165
B - Les sanctions administratives	169
Titre 2	
LES FACTEURS DE CHOIX DES INSTRUMENTS DE PROTECTION	173
Chapitre I. Les fonctions des instruments de protection	175
Section 1 - Analyse des fonctions essentielles des marques de nature collective et des appellations d'origine	177
§ 1. Les fonctions essentielles des marques de nature collective	178
A - La protection des opérateurs légitimes contre les usurpations	178
1. La prise en compte de l'intérêt des opérateurs légitimes	179
2. Application de cette fonction aux indications géographiques	180
B - La garantie pour le consommateur d'une certaine constance des produits	181
1. La garantie d'une origine constante	181
2. La garantie indirecte d'une certaine qualité	183
3. Application de cette fonction aux indications géographiques	184
§ 2. Les fonctions essentielles des appellations d'origine	186
A - La protection des opérateurs et des zones de production	187
1. La protection des opérateurs légitimes	188
2. La protection des zones de production	190
B - La garantie pour le consommateur d'une typicité locale des produits	193
1. La garantie de l'origine des produits	194
2. La garantie de caractères que le produit doit à son origine	195
Section 2 - Le choix d'un instrument selon ses fonctions	204
§ 1. La stratégie des États	204
A - La réception du concept de terroir	205
B - L'arbitrage entre liberté du commerce, protection des opérateurs et des consommateurs	208

§ 2. La stratégie des opérateurs particuliers.....	211
A - La prépondérance des marques de nature collective dans les exigences de marketing	211
B - La complémentarité entre les marques de nature collective et les appellations d'origine	213
Chapitre II. La nature juridique des instruments de protection.....	219
<i>Section 1 - La nature juridique des marques de nature collective</i>	220
§ 1. Réfutation des obstacles à la qualification des marques de nature collective en biens.....	221
A - L'interdiction pour le titulaire d'exploiter la marque de certification	222
B - Les limites de l'exclusivité des droits du titulaire de la marque de nature collective.....	223
C - Les restrictions au droit de disposer de la marque de certification	225
§ 2. Les marques de nature collective, propriété privée de leur titulaire.....	227
A - La titularité de la marque de nature collective	228
B - La qualification unitaire des marques	230
<i>Section 2 - La nature juridique des appellations d'origine</i>	233
§ 1. Le rejet de la qualification de biens objets d'un droit de propriété	234
A - Réfutation des arguments en faveur de l'analogie des qualifications.	235
1. L'insuffisance du rattachement formel des appellations d'origine au droit de la propriété industrielle	235
2. L'insuffisance du rapprochement récent des appellations d'origine et des marques de nature collective en droit français.....	239
B - L'absence de titulaire des appellations d'origine	243
1. L'absence de droit de propriété des opérateurs individuels	243
2. L'absence de droit de propriété de la collectivité des opérateurs.....	251
3. L'absence de droit de propriété de l'État	253
§ 2. L'adoption de la qualification de choses communes	259
A - Le caractère inappropriable des appellations d'origine	259
B - L'usage commun réglementé des appellations d'origine.....	263

SECONDE PARTIE

LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROTECTION 273

TITRE 1

LES RAPPORTS CONFLICTUELS DES INSTRUMENTS DE PROTECTION AVEC LES MARQUES GÉOGRAPHIQUES..... 277

Chapitre I. L'interférence inopportune des marques géographiques 279

Section 1 - L'interférence des marques géographiques composées de noms libres de droits antérieurs 280

§ 1. La zone de validité des marques géographiques : entre descriptivité et déceptivité	281
A - L'exigence de non-descriptivité des marques géographiques	281
1. L'appréciation de la descriptivité <i>ab initio</i>	282
2. L'acquisition du caractère distinctif par l'usage	291
B - L'exigence de non-déceptivité des marques géographiques.....	293

§ 2. Critique des marques géographiques	298
A - Le brouillage des frontières entre marques géographiques et indications géographiques.....	298
B - L'éventuelle apparition postérieure d'indications géographiques	303
§ 3. Le cas particulier des marques viticoles	307
 Section 2 - L'interférence des marques géographiques composées de noms faisant l'objet d'un droit antérieur	314
§ 1. Les marques géographiques composées de noms de collectivités en droit français	315
§ 2. Les marques composées d'indications géographiques	318
A - Les marques désignant des produits n'ayant pas droit à l'indication géographique	320
1. Les marques désignant des produits similaires à ceux couverts par une indication géographique	321
2. Les marques désignant des produits différents de ceux couverts par une indication géographique	332
B - Les marques désignant des produits bénéficiant de l'indication géographique.....	335
 Chapitre II. Les conflits entre une indication géographique et une marque antérieure.....	343
 Section 1 - Rejet des modèles conduisant à la protection exclusive d'un signe	344
§ 1. L'insuffisance du modèle fondé sur les principes du droit des marques	345
A - La priorité accordée au titulaire de la marque antérieure.....	345
1. Spécialité	346
2. Caractère exclusif du droit de marque	346
3. Territorialité.....	346
B - Inadéquation du modèle au niveau international	349
1. Les effets inévitables des principes d'antériorité et de territorialité.....	349
2. La méconnaissance de la spécificité des indications géographiques	354
§ 2. Les failles du modèle accordant une protection exclusive à l'indication géographique.....	357
A - La primauté exclusive des appellations d'origine postérieures en droit français	359
B - La primauté des appellations of origin postérieures en droit américain	364
1. Les principes de résolution des conflits entre appellations of origin et marques antérieures	365
2. Les inconvénients de la réglementation du TTB	367
 Section 2 - Adoption d'un modèle de compromis recherchant la coexistence des signes	376
§ 1. Analyse critique du modèle communautaire	376
A - La recherche de la coexistence des signes.....	377
B - La primauté de la dénomination géographique postérieure en cas de risque de confusion	382
C - La primauté de la marque antérieure notoire en cas de risque de confusion	385

§ 2. Application du modèle proposé au niveau international.....	387
A - La conformité du modèle à l'accord sur les ADPIC.....	388
B - Solutions aux difficultés issues du principe de territorialité.....	394
Titre 2	
LA DÉGÉNÉRESCENCE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....	397
Chapitre I. La lutte préventive contre les indications géographiques génériques.....	401
<i>Section 1 - Les limites de l'accord sur la lutte préventive contre les dénominations génériques.....</i>	<i>402</i>
§ 1. L'accord sur la généricité.....	402
A - La définition de la généricité.....	403
B - L'interdiction a priori de protéger les dénominations génériques.....	406
§ 2. Le désaccord sur la dégénérescence.....	409
A - Les facteurs de la dégénérescence.....	410
1. La réputation des indications géographiques.....	410
2. La double évocation du terme.....	411
3. L'inaction ou la réaction inadéquate des intéressés.....	412
B - La protection des dénominations géographiques contre une dégénérescence future.....	415
1. La nécessité de l'interdiction d'usages contribuant à la dégénérescence.....	416
2. Le caractère critiquable de l'exclusion par avance de toute dégénérescence.....	418
<i>Section 2 - La détermination des indications géographiques génériques.....</i>	<i>421</i>
§ 1. Appréciation des méthodes de détermination des dénominations génériques..	423
A - Les difficultés de la classification en l'absence de critères précis.....	423
B - Les critères de détermination des dénominations génériques.....	426
1. L'approche américaine : la primauté de la perception des consommateurs.....	426
2. Les approches française et communautaire : la prise en compte d'un ensemble de facteurs.....	430
§ 2. La nécessité de requalifier les semi-génériques.....	437
A - Les semi-génériques américains : des indications non génériques.....	439
1. Le régime des dénominations semi-génériques.....	439
2. La non-conformité des règles du TTB à l'accord sur les ADPIC.....	441
3. La codification des règles relatives aux semi-génériques.....	443
B - Les semi-génériques en Europe : des indications génériques.....	444
Chapitre II. La régénérescence des indications géographiques génériques.....	449
<i>Section 1 - Sur le plan interne : la relocalisation des dénominations évadées.....</i>	<i>450</i>
§ 1. La relocalisation par la marque.....	452
A - La relocalisation partielle par la marque en Europe.....	452
1. La relocalisation par une marque nationale.....	453
2. La relocalisation par une marque communautaire.....	455
B - La régénérescence par la marque aux États-Unis.....	455
1. Les décisions <i>Singer</i> et <i>Goodyear</i>	456
2. La transposition des principes aux dénominations géographiques génériques.....	457

§ 2. Application du modèle proposé au niveau international.....	387
A - La conformité du modèle à l'accord sur les ADPIC.....	388
B - Solutions aux difficultés issues du principe de territorialité.....	394
Titre 2	
LA DÉGÉNÉRESCENCE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....	397
Chapitre I. La lutte préventive contre les indications géographiques génériques.....	401
<i>Section 1 - Les limites de l'accord sur la lutte préventive contre les dénominations génériques.....</i>	<i>402</i>
§ 1. L'accord sur la généricité.....	402
A - La définition de la généricité.....	403
B - L'interdiction a priori de protéger les dénominations génériques.....	406
§ 2. Le désaccord sur la dégénérescence.....	409
A - Les facteurs de la dégénérescence.....	410
1. La réputation des indications géographiques.....	410
2. La double évocation du terme.....	411
3. L'inaction ou la réaction inadéquate des intéressés.....	412
B - La protection des dénominations géographiques contre une dégénérescence future.....	415
1. La nécessité de l'interdiction d'usages contribuant à la dégénérescence.....	416
2. Le caractère critiquable de l'exclusion par avance de toute dégénérescence.....	418
<i>Section 2 - La détermination des indications géographiques génériques.....</i>	<i>421</i>
§ 1. Appréciation des méthodes de détermination des dénominations génériques..	423
A - Les difficultés de la classification en l'absence de critères précis.....	423
B - Les critères de détermination des dénominations génériques.....	426
1. L'approche américaine : la primauté de la perception des consommateurs.....	426
2. Les approches française et communautaire : la prise en compte d'un ensemble de facteurs.....	430
§ 2. La nécessité de requalifier les semi-génériques.....	437
A - Les semi-génériques américains : des indications non génériques.....	439
1. Le régime des dénominations semi-génériques.....	439
2. La non-conformité des règles du TTB à l'accord sur les ADPIC.....	441
3. La codification des règles relatives aux semi-génériques.....	443
B - Les semi-génériques en Europe : des indications génériques.....	444
Chapitre II. La régénérescence des indications géographiques génériques.....	449
<i>Section 1 - Sur le plan interne : la relocalisation des dénominations évadées.....</i>	<i>450</i>
§ 1. La relocalisation par la marque.....	452
A - La relocalisation partielle par la marque en Europe.....	452
1. La relocalisation par une marque nationale.....	453
2. La relocalisation par une marque communautaire.....	455
B - La régénérescence par la marque aux États-Unis.....	455
1. Les décisions <i>Singer</i> et <i>Goodyear</i>	456
2. La transposition des principes aux dénominations géographiques génériques.....	457

§ 2. La relocalisation par l'enregistrement d'une appellation d'origine	459
A - La relocalisation par l'appellation d'origine en droit français	460
1. <i>L'avis du Conseil d'État sur la relocalisation partielle des dénominations évadées.</i>	460
2. <i>La pratique des relocalisations par les autorités nationales</i>	463
B - La relocalisation par l'AOP-IGP en droit communautaire	464
1. <i>Le contrôle de principe des relocalisations au niveau communautaire</i>	465
2. <i>L'étendue de la relocalisation communautaire</i>	466
 Section 2 - Sur le plan international : les négociations	
sur la récupération des indications génériques	468
§ 1. Les négociations au plan multilatéral	469
A - La tentative européenne de récupération de dénominations	470
1. <i>Le caractère limité de la liste de dénominations à récupérer</i>	470
2. <i>Les arguments à l'appui de la demande de récupération des dénominations</i>	471
B - Les failles de la tentative européenne de récupération au regard du droit international	474
1. <i>L'opposition américaine à la récupération des dénominations</i>	474
2. <i>L'abandon de la tentative européenne de récupération</i>	478
§ 2. Les négociations au plan bilatéral	479
A - L'accord de 2006 entre l'Union européenne et les États-Unis	481
1. <i>La régénérescence pour l'avenir des semi-génériques</i>	482
2. <i>La réservation des « noms d'origine »</i>	484
B - La modification de la réglementation américaine consécutive à l'accord bilatéral	487
 Conclusion générale	 493
Indications bibliographiques	501
Index	515
Résumé / Summary	521