

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. <i>Le contenu de la protection</i>	104
2. <i>Les actions pénales spécifiques</i>	127
§ 2. Les appellations d'origine en droit communautaire	131
A - La procédure d'enregistrement	132
B - La protection	136
1. <i>Les actes interdits par les règlements</i>	137
2. <i>Les modes d'action et de sanction</i>	140
§ 3. L'articulation du droit communautaire et des droits nationaux	149
Section 2 - <i>Les appellations of origin en droit américain</i>	154
§ 1. La reconnaissance des <i>appellations of origin</i>	154
A - Les différentes catégories	155
1. <i>Les appellations of origin « simples »</i>	155
2. <i>Les American Viticultural Areas (AVA)</i>	157
B - La reconnaissance administrative des AVA	159
1. <i>La procédure d'enregistrement</i>	159
2. <i>Le renforcement du contrôle du TTB</i>	161
§ 2. La protection des <i>appellations of origin</i>	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 - <i>Analyse des fonctions essentielles des marques de nature collective et des appellations d'origine</i>	177
§ 1. Les fonctions essentielles des marques de nature collective	178
A - La protection des opérateurs légitimes contre les usurpations	178
1. <i>La prise en compte de l'intérêt des opérateurs légitimes</i>	179
2. <i>Application de cette fonction aux indications géographiques</i>	180
B - La garantie pour le consommateur d'une certaine constance des produits	181
1. <i>La garantie d'une origine constante</i>	181
2. <i>La garantie indirecte d'une certaine qualité</i>	183
3. <i>Application de cette fonction aux indications géographiques</i>	184
§ 2. Les fonctions essentielles des appellations d'origine	186
A - La protection des opérateurs et des zones de production	187
1. <i>La protection des opérateurs légitimes</i>	188
2. <i>La protection des zones de production</i>	190
B - La garantie pour le consommateur d'une typicité locale des produits	193
1. <i>La garantie de l'origine des produits</i>	194
2. <i>La garantie de caractères que le produit doit à son origine</i>	195
Section 2 - <i>Le choix d'un instrument selon ses fonctions</i>	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
Section 1 - <i>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
Section 2 - <i>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. <i>L'insuffisance du rattachement formel des appellations d'origine au droit de la propriété industrielle</i>	235
2. <i>L'insuffisance du rapprochement récent des appellations d'origine et des marques de nature collective en droit français</i>	239
B - L'absence de titulaire des appellations d'origine	243
1. <i>L'absence de droit de propriété des opérateurs individuels</i>	243
2. <i>L'absence de droit de propriété de la collectivité des opérateurs</i>	251
3. <i>L'absence de droit de propriété de l'État</i>	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 inopportunne des marques géographiques	279
Section 1 - <i>L'interférence des marques géographiques composées de noms libres de droits antérieurs</i>	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. <i>L'appréciation de la descriptivité ab initio</i>	282
2. <i>L'acquisition du caractère distinctif par l'usage</i>	291
B - L'exigence de non-déceptivité des marques géographiques	293

Sommaire

§ 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. <i>Les marques désignant des produits similaires à ceux couverts par une indication géographique</i>	321
2. <i>Les marques désignant des produits différents de ceux couverts par une indication géographique</i>	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. <i>Spécialité</i>	346
2. <i>Caractère exclusif du droit de marque</i>	346
3. <i>Territorialité.....</i>	346
B - Inadéquation du modèle au niveau international	349
1. <i>Les effets inéquitables des principes d'antériorité et de territorialité.....</i>	349
2. <i>La méconnaissance de la spécificité des indications géographiques</i>	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. <i>Les principes de résolution des conflits entre appellations of origin et marques antérieures</i>	365
2. <i>Les inconvénients de la réglementation du TTB</i>	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>	402
§ 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. <i>La réputation des indications géographiques</i>	410
2. <i>La double évasion du terme</i>	411
3. <i>L'inaction ou la réaction inadéquate des intéressés</i>	412
B - La protection des dénominations géographiques contre une dégénérescence future	415
1. <i>La nécessité de l'interdiction d'usages contribuant à la dégénérescence</i>	416
2. <i>Le caractère critiquable de l'exclusion par avance de toute dégénérescence</i>	418
<i>Section 2 - La détermination des indications géographiques génériques</i>	421
§ 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. <i>L'approche américaine : la primauté de la perception des consommateurs</i>	426
2. <i>Les approches française et communautaire : la prise en compte d'un ensemble de facteurs</i>	430
§ 2. La nécessité de requalifier les semi-génériques	437
A - Les semi-génériques américains : des indications non génériques.....	439
1. <i>Le régime des dénominations semi-génériques</i>	439
2. <i>La non-conformité des règles du TTB à l'accord sur les ADPIC</i>	441
3. <i>La codification des règles relatives aux semi-génériques</i>	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>	450
§ 1. La relocalisation par la marque	452
A - La relocalisation partielle par la marque en Europe.....	452
1. <i>La relocalisation par une marque nationale</i>	453
2. <i>La relocalisation par une marque communautaire</i>	455
B - La régénérescence par la marque aux États-Unis	455
1. <i>Les décisions Singer et Goodyear</i>	456
2. <i>La transposition des principes aux dénominations géographiques génériques.....</i>	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>	402
§ 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. <i>La réputation des indications géographiques</i>	410
2. <i>La double évasion du terme</i>	411
3. <i>L'inaction ou la réaction inadéquate des intéressés</i>	412
B - La protection des dénominations géographiques contre une dégénérescence future	415
1. <i>La nécessité de l'interdiction d'usages contribuant à la dégénérescence</i>	416
2. <i>Le caractère critiquable de l'exclusion par avance de toute dégénérescence</i>	418
<i>Section 2 - La détermination des indications géographiques génériques</i>	421
§ 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. <i>L'approche américaine : la primauté de la perception des consommateurs</i>	426
2. <i>Les approches française et communautaire : la prise en compte d'un ensemble de facteurs</i>	430
§ 2. La nécessité de requalifier les semi-génériques	437
A - Les semi-génériques américains : des indications non génériques.....	439
1. <i>Le régime des dénominations semi-génériques</i>	439
2. <i>La non-conformité des règles du TTB à l'accord sur les ADPIC</i>	441
3. <i>La codification des règles relatives aux semi-génériques</i>	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>	450
§ 1. La relocalisation par la marque	452
A - La relocalisation partielle par la marque en Europe.....	452
1. <i>La relocalisation par une marque nationale</i>	453
2. <i>La relocalisation par une marque communautaire</i>	455
B - La régénérescence par la marque aux États-Unis	455
1. <i>Les décisions Singer et Goodyear</i>	456
2. <i>La transposition des principes aux dénominations géographiques génériques.....</i>	457

Sommaire

§ 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