

L'enregistrement des marques face à la nouvelle législation sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées*

CLAUDIA MARADAN**

*Le 1^{er} juillet 1997 est entrée en vigueur la nouvelle législation agricole et avec elle la création, au plan fédéral, d'un registre des appellations d'origine et des indications géographiques protégées (art. 16 LAgr). L'introduction de ce registre a des effets directs sur l'enregistrement des marques, dès lors qu'est désormais consacré le principe de la prééminence des appellations d'origine et indications géographiques enregistrées sur les marques. L'objet de cet article est donc de déterminer quelles seront concrètement les conséquences de la nouvelle législation sur la procédure d'enregistrement des marques. Après un bref aperçu des notions d'appellation d'origine et d'indication géographique protégées, il aborde en particulier les questions de l'étendue de la protection de ces désignations par rapport à celle con-
férée par la législation sur la protection des marques, de la définition du «produit similaire» au sens de l'art. 16 al. 5 LAgr, ainsi que du droit transitoire et des rapports temporels entre appellations d'origine et indications géographiques protégées d'une part et marques d'autre part.*

I. L'art. 16 LAgr

II. AOP et IGP: Définitions et titularité

1. Le principe de la protection
2. L'appellation d'origine
3. L'indication géographique
4. Titularité de l'AOP ou de l'IGP
5. Le cahier des charges

III. Etendue de la protection des AOP et IGP

1. L'art. 17 de l'ordonnance
2. L'art. 16 al. 5 LAgr

IV. Le rapport entre le droit des marques et le droit des appellations d'origine et indications géographiques protégées

1. Bref rappel de la pratique concernant les marques contenant une indication de provenance
2. L'art. 16 al. 5 LAgr à la lumière de cette pratique
3. Synthèse des situations pouvant se présenter lors du dépôt d'une marque contenant une AOP/IGP

V. Le droit transitoire et les rapports temporels entre marques et AOP/IGP

1. Le droit transitoire
2. Les rapports temporels entre marques et AOP/IGP

Résumé / Zusammenfassung

I. L'art. 16 LAgr

La création d'un registre des appellations d'origine et indications géographiques protégées est issue de ce que l'on a communément appelé le «Paquet agricole 95»¹, en vertu duquel la loi fédérale sur l'agriculture a connu une révision partielle le 21 juin 1996, entrée en vigueur le 1^{er} juillet 1997. Depuis lors, la législation agricole suisse a subi une révision totale datée du 28 avril 1998 et entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1999; le registre des appellations d'origine

et indications géographiques protégées y a été naturellement intégré (art. 16 LAgr).

L'art. 16 LAgr prévoit ceci:

- 1 Le Conseil fédéral établit un registre des appellations d'origine et des indications géographiques.
- 2 Il régleme notamment:
 - a. les qualités exigées du requérant;
 - b. les conditions de l'enregistrement, en particulier les exigences du cahier des charges;
 - c. les procédures d'enregistrement et d'opposition;
 - d. le contrôle.
- 3 Les appellations d'origine et les indications géographiques enregistrées ne peuvent être utilisées comme nom générique. Les noms génériques ne peuvent être enregistrés comme appellation d'origine ou indication géographique.
- 4 Si le nom d'un canton ou d'une localité est utilisé dans une appellation d'origine ou une indication géographique, le Conseil fédéral s'assure que l'enregistrement répond, le cas échéant, à la réglementation cantonale.
- 5 Les appellations d'origine et les indications géographiques enregistrées ne peuvent pas être déposées comme marque pour un produit similaire dans un des cas visés au 7^e alinéa.
- 6 Quiconque utilise le nom d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique enregistrée pour

* L'auteur remercie M^{me} Hugot, de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle à Paris (INPI), pour les précieux renseignements qu'elle lui a fournis au sujet de la pratique de l'INPI.

** Dr en droit, avocate, collaboratrice auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI), Lausanne. Le texte n'engage que son auteur.

¹ FF 1995 IV 621 ss.

un produit agricole ou un produit agricole transformé similaire doit remplir les exigences du cahier des charges visé au 2^e alinéa, lettre b. Cette obligation ne s'applique pas aux marques connues ou réputées qui sont utilisées depuis longtemps.

- 7 Les appellations d'origine et les indications géographiques enregistrées sont protégées en particulier contre:
- toute utilisation commerciale pour d'autres produits exploitant le renom de la désignation protégée;
 - toute usurpation, contrefaçon ou imitation.

Ainsi, bien que le système de protection des appellations d'origine et indications géographiques protégées ait été introduit en Suisse par une modification de la loi fédérale sur l'agriculture, il a des conséquences directes sur le droit des marques². Comme l'indique l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) dans ses «Directives pour l'examen des marques»³, une appellation d'origine ou une indication géographique protégée peut être enregistrée comme élément d'une marque, lorsque l'utilisation de cette désignation est autorisée pour les produits auxquels elle se rapporte. Néanmoins, il nous paraît encore nécessaire de préciser la manière dont ce principe doit trouver application dans la pratique quotidienne de l'examen des demandes d'enregistrement de marques.

A cet effet, les solutions adoptées en droit communautaire, soit

dans le Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, ainsi que la pratique de l'Institut national français de la propriété intellectuelle (INPI)⁴ nous semblent particulièrement intéressantes. Mais il convient également de se demander si et dans quelle mesure la pratique actuelle de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) à l'égard des marques constituées d'indications de provenance⁵ ne doit pas s'appliquer, à tout le moins par analogie⁶. Auparavant toutefois, quelques définitions s'imposent.

II. AOP et IGP: Définitions et titularité

1. Le principe de la protection

L'art. 1^{er} de l'Ordonnance sur les AOP et les IGP⁷ prévoit que les appellations d'origine et les indications géographiques des produits agricoles et des produits agricoles transformés qui sont inscrites dans le registre fédéral sont protégées. Ainsi, le nouveau droit des appellations d'origine et indications géographiques ne s'étend qu'aux produits agricoles et non aux produits industriels. Par ailleurs, il prévoit l'enregistrement de telles dénominations, et va de ce fait plus loin que le système général de protection des indications de provenance, tel qu'il existe aux art. 47 ss LPM⁸.

2. L'appellation d'origine

Par appellation d'origine susceptible de faire l'objet d'un enregistrement (art. 2 al. 1 de l'ordonnance), on entend le nom d'une région ou d'un lieu qui sert à désigner un produit agricole ou un produit agricole transformé devant remplir trois conditions, à savoir:

Am 1. Juli 1997 ist die neue Landwirtschaftsgesetzgebung in Kraft getreten; mit ihr wurde auf Bundesebene ein Register für geschützte Ursprungsbezeichnungen und geographische Angaben eingeführt (Art. 16 LwG). Die Einführung dieses Registers hat unmittelbare Auswirkungen auf die Eintragung von Marken, da damit das Prinzip des Vorrangs der eingetragenen Ursprungsbezeichnungen und geographischen Angaben gegenüber der Marke gesetzlich verankert ist. Dieser Beitrag will entsprechend die konkreten Auswirkungen der neuen Gesetzgebung auf das Verfahren der Markeneintragung bestimmen. Nach einem kurzen Überblick über die Begriffe «geschützte Ursprungsbezeichnung» und «geschützte geographische Angabe» werden insbesondere die Tragweite des Schutzes dieser Bezeichnungen gegenüber derjenigen aus dem Markenschutzgesetz behandelt. Weiter werden der Begriff «Erzeugnisse der gleichen Art» im Sinne von Art. 16 Abs. 5 LwG, das Übergangsrecht und die zeitlichen Beziehungen zwischen geschützten Ursprungsbezeichnungen sowie geographischen Angaben einerseits und Marken andererseits behandelt.

² On le voit en particulier à l'art. 16 al. 5, qui semble, à certaines conditions, interdire purement et simplement, pour des produits similaires, l'enregistrement de marques constituées d'une dénomination protégée au titre d'appellation d'origine ou d'indication géographique.

³ sic! n° spécial 1997, 24.

⁴ Le droit suisse des appellations d'origine et indications géographiques est en effet calqué sur le droit communautaire (Message du Conseil fédéral, FF 1995 IV 650 et 655), lui-même fortement inspiré du droit français.

⁵ Cf. *infra* II. et IV. 2. a).

⁶ *Infra* IV.

⁷ RS 910.12, ci-après «l'ordonnance».

⁸ Voir n. 1, 655.

- être originaire de cette région ou de ce lieu;
- sa qualité ou ses caractères doivent être dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains;
- être produit, transformé *et* élaboré dans une aire géographique délimitée.

L'appellation d'origine consiste donc avant tout dans le nom d'un lieu géographique⁹, un lien devant au surplus exister entre les caractéristiques des produits et leur origine géographique¹⁰. On constate ainsi une différence essentielle avec le droit des marques, puisqu'un nom de lieu ne peut en principe pas être enregistré à titre de marque car il s'agit d'un signe du domaine public au sens de l'art. 2 let. a LPM¹¹. Les dénominations visées par la législation sur les appellations d'origine et les indications géographiques protégées sont en effet des signes qui ne pourraient pas, en tant que tels, être enregistrés comme marques faute de caractère distinctif¹².

3. L'indication géographique

Peut être enregistrée comme indication géographique le nom d'une région ou d'un lieu qui sert à désigner un produit agricole ou un produit agricole transformé si celui-ci remplit également trois conditions, à savoir:

- être originaire de cette région ou de ce lieu;
- sa qualité, sa réputation ou une autre de ses caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine géographique;
- être produit, transformé *ou* élaboré dans une aire géographique délimitée.

Ainsi, l'indication géographique se distingue de l'appellation d'origine en ceci qu'elle est soumise à

des exigences moins sévères: pour qu'un produit donne droit à une indication géographique, il suffira que sa qualité, son renom ou une autre caractéristique soit dû à une aire géographique déterminée, à condition que l'une au moins (et non les trois) des étapes de fabrication (production, transformation ou élaboration) ait lieu dans l'aire considérée¹³. Pour le surplus, ce qui a été dit pour les appellations d'origine vaut également pour les indications géographiques¹⁴.

On notera par ailleurs que les désignations «appellation d'origine (AO)», «appellation d'origine contrôlée (AOC)» et «appellation d'origine protégée (AOP)» sont synonymes, au même titre que le sont les notions «indication géographique (IG)» et «indication géographique protégée (IGP)»¹⁵.

4. Titularité de l'AOP ou de l'IGP

Seul un groupement de producteurs représentatifs d'un produit peut déposer une demande d'enregistrement d'une AOP ou d'une IGP pour ce produit (art. 5 al. 1^{er} de l'ordonnance).

5. Le cahier des charges

La demande d'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique doit entre autres être assortie d'un cahier des charges (art. 6 al. 3 de l'ordonnance), dont le contenu est fixé à l'art. 7 de l'ordonnance¹⁶.

III. Etendue de la protection des AOP et IGP

1. L'art. 17 de l'ordonnance

C'est au premier chef l'art. 17 de l'ordonnance qui définit l'étendue de la protection conférée par l'enre-

gistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique.

Ainsi, l'utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination protégée est interdite dans deux situations (art. 17 al. 1 de l'ordonnance), à savoir:

- pour tout produit comparable non conforme au cahier des charges;
- pour tout produit non comparable si cette utilisation exploite la réputation de la dénomination protégée.

Par ailleurs, l'art. 17 al. 1^{er} de l'ordonnance vaut notamment si la

⁹ Une exception est prévue par l'art. 2 al. 2 de l'ordonnance en faveur des dénominations traditionnelles, c'est-à-dire de noms ne contenant aucune référence géographique.

¹⁰ Voir n. 1, 654.

¹¹ *Infra* IV. 1.

¹² C'est d'ailleurs la raison pour laquelle il a été prévu, dans la législation sur les AOP et les IGP, que les dénominations enregistrées ne pouvaient être utilisées comme noms génériques (art. 16 al. 3 LAgr). Inversement, les noms d'ores et déjà génériques au moment de la demande d'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique ne sont pas non plus autorisés à être enregistrés comme AOP ou IGP (art. 16 al. 3 *in fine* LAgr et 1 de l'ordonnance).

¹³ Voir n. 1, 655.

¹⁴ *Supra* II. 2.

¹⁵ Voir n. 1, 654.

¹⁶ Art. 7 ordonnance: «Le cahier des charges comprend:

- a. le nom du produit comprenant l'appellation d'origine ou l'indication géographique;
- b. la délimitation de l'aire géographique;
- c. la description du produit, notamment ses matières premières et ses principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques et organoleptiques;
- d. la description de la méthode d'obtention du produit;
- e. la désignation d'un ou de plusieurs organismes de certification ainsi que les exigences minimales relatives au contrôle;
- f. les éléments spécifiques de l'étiquetage.»

dénomination enregistrée est imitée ou évoquée, si elle est traduite, si elle est accompagnée d'une formule telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», «selon la recette» ou d'une expression similaire, ou encore si la provenance du produit est indiquée¹⁷.

2. L'art. 16 al. 5 LAg

En plus de l'art. 17 de l'ordonnance, l'art. 16 al. 5 LAg prévoit un cas

particulier de protection des appellations d'origine et des indications géographiques enregistrées: celles-ci ne peuvent être déposées¹⁸ comme marque pour un produit similaire dans un des cas visés au 7^{ème} alinéa de l'art. 16 LAg. Et l'art. 16 al. 7 LAg prévoit ceci:

«Les appellations d'origine et les indications géographiques enregistrées sont protégées en particulier contre:

- a. toute utilisation commerciale pour d'autres produits exploitant le renom de la désignation protégée;
- b. toute usurpation, contrefaçon ou imitation».

Ainsi, l'art. 16 al. 5 LAg interdit l'enregistrement comme marque, pour un produit similaire, d'une dénomination enregistrée comme appellation d'origine ou indication géographique, si un tel enregistrement constitue une exploitation du renom de la désignation protégée ou un cas d'usurpation, de contrefaçon ou d'imitation de cette désignation.

La nouvelle législation sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées a donc des effets immédiats sur le droit des marques, en particulier sur la possibilité d'enregistrer comme marque des signes constitués, totalement ou partiellement, d'une dénomination protégée lorsque le produit revendiqué est similaire. Selon le Conseil fédéral, l'art. 16 al. 5 LAg «renforce» le principe d'exclusion établi à l'art. 2 LPM¹⁹. Que faut-il entendre par là? S'agit-il ou non d'un motif absolu d'exclusion supplémentaire à ceux décrits sous les lettres a. à d. de l'art. 2 LPM²⁰? Que faut-il comprendre par «produit similaire»? Laquelle de l'appellation d'origine ou de la marque doit avoir la primauté lorsque toutes deux sont en cours d'examen? Comment devraient s'organiser les rapports entre l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) et l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG)²¹? Qu'en est-il du droit transitoire? Autant de questions, non

résolues par la loi, qui appellent des réponses concrètes pour que l'art. 16 al. 5 LAg puisse être effectivement mis en oeuvre.

IV. Le rapport entre le droit des marques et le droit des appellations d'origine et indications géographiques protégées

1. Bref rappel de la pratique concernant les marques contenant une indication de provenance

Les indications de provenance²² appartiennent en tant que telles au domaine public et ne sauraient de ce fait être enregistrées comme marques (art. 2 let. a LPM)²³. Font toutefois exception à ce principe les indications qui ne sont pas comprises comme une référence à la provenance géographique des produits (ou services) en cause (art. 47 al. 2 LPM), celles qui se sont imposées dans le commerce à titre de marques²⁴, et celles qui présentent un graphisme suffisant pour leur conférer un caractère distinctif²⁵.

Dans ce dernier cas toutefois, la protection ne sera accordée à la marque qu'à la condition que les produits revendiqués aient effectivement la provenance indiquée; l'art. 47 al. 3 let. a LPM interdit en effet l'usage d'indications de provenance inexactes. Pratiquement, cela signifie que les produits revendiqués par le déposant d'une marque combinée contenant une indication de provenance devront être limités à la provenance indiquée pour que l'IPI procède à l'enregistrement de cette marque: l'art. 2 let. c LPM exclut de la protection les signes propres à induire en erreur²⁶. Ce n'est cependant que sur la base de la demande d'enregistrement, et non de l'usage effectif du signe déposé, que l'IPI examine la conformité du dépôt avec l'art. 2 let.

¹⁷ Il faut entendre par là un qualificatif délocalisant, tel que «champagne espagnol» par exemple.

¹⁸ Le terme «déposées» est erroné et doit être remplacé par «enregistrées», comme le montre d'ailleurs le texte allemand de la loi: «Eingetragene Ursprungsbezeichnungen und geographische Angaben können nicht als Marke für die gleiche Art von Erzeugnissen eingetragen werden, (...)».

¹⁹ Voir n. 1, 656.

²⁰ Il faut noter que c'est de toute façon par le truchement de l'art. 2 let. d LPM, qui interdit l'enregistrement des signes contraires au droit en vigueur, que l'on doit tenir compte de l'art. 16 al. 5 LAg dans le cadre de la procédure d'enregistrement d'une marque contenant une AOP ou une IGP.

²¹ L'enregistrement des appellations d'origine et indications géographiques est en effet dans la compétence de l'OFAG alors que celui des marques est dans celle de l'IPI.

²² Elles sont définies à l'art. 47 al. 1 LPM.

²³ J. SIMON, Der Beitrag des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum zum Schutz von Ortsnamen, ihrer Benutzer und der Konsumenten. Das geplante Spezialregister für geographische Bezeichnungen landwirtschaftlicher Erzeugnisse, RSPI 1996, 221 ss, 225.

²⁴ Autrement dit qui ont perdu leur caractère de référence à la provenance géographique des produits ou services en question (ainsi par exemple la dénomination Valser, ATF 117 II 324).

²⁵ Dans ce cas, l'indication de provenance n'est cependant toujours pas monopolisée, la protection à titre de marque s'étendant aux seuls éléments graphiques du signe enregistré (SIMON, n. 23, 226).

²⁶ L'art. 2 let. c LPM ne s'applique toutefois pas lorsque la référence géographique en question apparaît fantaisiste ou symbolique au regard des produits en cause (ex.: North Pole pour des glaces alimentaires).

c LPM²⁷. L'IPi ne procède en effet qu'à un examen abstrait du respect de l'exclusion des signes trompeurs²⁸, pratique approuvée de longue date par le Tribunal fédéral²⁹.

2. L'art. 16 al. 5 LAgr à la lumière de cette pratique

Comme cela a déjà été évoqué plus haut³⁰, les appellations d'origine et indications géographiques protégées sont des indications de provenance «qualifiées». A ce titre, elles sont incluses dans la définition de l'indication de provenance telle qu'elle ressort de l'art. 47 al. 1 LPM, et la protection spéciale dont elles bénéficient en vertu des art. 16 al. 5 et 7 LAgr et 17 de l'ordonnance peut être considérée comme une application particulière de l'art. 47 al. 3 LPM. Comme il s'agit d'indications de provenance, il faut d'abord se demander si la pratique de l'IPi à l'égard de ces dernières est également applicable³¹. Ensuite, le régime spécial de protection dont bénéficient les appellations d'origine et indications géographiques enregistrées, en particulier l'interdiction, prévue par l'art. 16 al. 5 LAgr, de les enregistrer à titre de marque pour des produits similaires, appelle une seconde question, à savoir ce qu'il faut entendre par «produit similaire» au sens de cette disposition³².

a) Applicabilité de principe de la pratique développée à l'égard des marques contenant une indication de provenance

Les nouvelles dispositions législatives relatives à la protection des appellations d'origine et indications géographiques n'ont pas engendré de modification de la loi sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM). En particulier, la mise en vigueur de l'art. 16 al. 5 LAgr n'a pas eu pour effet la création d'un nouveau motif absolu d'exclu-

sion, en sus de ceux prévus aux lettres a. à d. de l'art. 2 LPM. Cela ne semble d'ailleurs pas avoir été la volonté du législateur, puisque le Conseil fédéral lui-même a dit de l'art. 18c al. 4 du projet LAgr³³ qu'il «renforçait» le principe d'exclusion établi à l'art. 2 LPM³⁴, non qu'il créait un nouveau cas d'exclusion.

En conséquence, il faut considérer que l'art. 16 al. 5 LAgr ne remet pas en cause, dans son principe, la pratique développée par l'IPi à l'égard des marques contenant une indication de provenance: l'art. 2 let. a empêchera que des AOP ou IGP puissent être enregistrées comme marques verbales³⁵, et l'art. 2 let. c sera là pour veiller à ce que les produits indiqués dans la demande d'enregistrement d'une marque combinée contenant une AOP ou une IGP soient expressément désignés comme bénéficiant de la dénomination contenue dans la marque. Cela correspond d'ailleurs à la pratique de l'INPI, comme le montre la désignation des produits revendiqués par l'enregistrement international n° 668 488 «Champagne René James Lallier»³⁶. C'est à notre avis ainsi qu'il faut comprendre la notion de «renforcement» de l'art. 2 LPM évoquée par le Conseil fédéral, en ce sens que la limitation des produits devra être plus précise lorsque la marque en cause contient une AOP ou une IGP que lorsqu'elle contient une indication de provenance: alors qu'une limitation au pays auquel l'indication de provenance fait référence est seule exigée³⁷, une limitation correspondant exactement à la dénomination protégée devra être exigée pour les marques contenant une AOP ou une IGP. Ainsi, le renforcement dont parle le Conseil fédéral dans son message implique non plus une limitation relative à la seule provenance géographique du produit revendiqué, mais bien une limitation relative au produit lui-même, dont l'origine est définie se-

lon d'autres critères encore que celui de la provenance géographique³⁸. C'est la seule façon d'éviter que le consommateur ne soit induit en erreur par la référence à l'appellation d'origine ou l'indication géographique protégée contenue dans la marque (art. 2 let. c LPM) et d'assurer une application correcte de l'art. 16 al. 5 LAgr (art. 2 let. d LPM).

b) La notion de produit similaire

Une fois admise l'applicabilité aux appellations d'origine et indications

²⁷ Cela s'explique notamment par le fait que bon nombre de marques, lors de leur dépôt, ne sont pas encore utilisées en Suisse (art. 12 al. 1 LPM).

²⁸ L'IPi n'examine en particulier pas le point de savoir si les produits en question proviennent effectivement de l'aire géographique indiquée dans la marque. Pour plus de précision sur la pratique de l'IPi en cette matière, voir «Directives pour l'examen des marques – Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle», sic! numéro spécial 1997, 17 ss; voir également SIMON (n. 23), 227.

²⁹ Voir arrêts «Lima» (FBDM 1980 I 52), «Alaska» (FBDM 1994 I 76) et «San Francisco 49ERS» (FBDM 1996 I 25).

³⁰ Voir n. 5 ainsi que *supra* II.

³¹ *Infra* a).

³² *Infra* b).

³³ Devenu l'actuel art. 16 al. 5 LAgr.

³⁴ Voir n. 1, 656.

³⁵ A moins qu'elles ne se soient imposées comme marques dans le commerce (*supra* 1. ainsi que l'art. 16 al. 6 in fine LAgr).

³⁶ Les produits sont ainsi désignés: «Vin bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée Champagne».

³⁷ A moins que le lieu auquel il est fait référence ne bénéficie d'une réputation particulière pour les produits en question; l'IPi exige dans ce cas une limitation à ce lieu, et non pas seulement au pays dans lequel il se trouve: «Directives pour l'examen des marques», sic! n° spécial 1997, 18. L'IPi utilise dans ce cas la notion d'indication de provenance «qualifiée»; cette notion est plus large que celle que nous utilisons dans cet article pour les AOP et IGP, ces dernières présentant un degré de qualification supplémentaire puisqu'il ne s'attache pas à la seule provenance géographique (*infra* n. 38).

³⁸ Prenons l'exemple de l'AOC Champagne figurant dans une marque déposée pour des vins: une limitation telle que «vins de

géographiques protégées de la pratique développée par l'IPI à l'égard des marques contenant une indication de provenance³⁹, reste à définir dans quelles situations cette autorité

devra autoriser, respectivement refuser, l'enregistrement de marques constituées totalement ou partiellement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée.

L'art. 16 al. 5 L'Agr ne doit en effet trouver application que si l'enregistrement d'une marque est demandé pour un produit similaire. Il faut donc se demander ce qu'il faut entendre par «produit similaire»; faut-il se référer à l'art. 3 LPM, qui parle également de produits similaires dans le cadre du risque de confusion entre deux marques?⁴⁰ Faut-il au contraire se montrer plus restrictif et rapprocher la notion de similarité de l'art. 16 al. 5 L'Agr de celle d'identité? Faut-il ranger les produits agricoles en diverses familles⁴¹, et considérer que la similarité est donnée entre deux produits de la même famille?

Paradoxalement, c'est en se référant à une disposition de l'ancienne loi fédérale concernant la protection des marques de fabrique et de commerce, des indications de provenance et des mentions de récompenses industrielles⁴², en particulier à son article 19, que des éléments de réponse peuvent être apportés. Cette disposition prévoyait ceci:

«Celui qui habite un lieu réputé pour la fabrication ou la production de certaines marchandises et qui fait le commerce de *produits semblables d'une autre provenance*⁴³ ne peut pas faire figurer son nom, son adresse ou sa marque sur ces produits sans une adjonction bien visible montrant clairement que ceux-ci ne proviennent pas de ce lieu réputé.»

Ainsi, l'art. 19 aLMF avait l'avantage de définir la notion de produits semblables par référence à leur origine géographique, et non par référence à leur nature. Prenons par exemple l'appellation d'origine contrôlée française «lentille du Puy»: si l'on se réfère à la nature du produit qui en bénéficie, il s'agit d'un légume; si l'on se réfère ensuite à cette nature pour définir la notion de produit semblable, tout légume devrait se voir refuser la possibilité d'utiliser

la désignation «du Puy»⁴⁴ quand bien même la région du Puy-en-Velay n'est réputée que pour la production de la lentille, et non des autres légumes. Tel ne peut être le but de la protection particulière des appellations d'origine et indications géographiques enregistrées⁴⁵, dès lors qu'il porterait préjudice aux fabricants et producteurs d'autres produits⁴⁶ installés dans la région considérée, qui se verraient ainsi empêchés d'user d'une indication de provenance exacte, appartenant du reste au domaine public⁴⁷. Lorsqu'un lieu est réputé pour la fabrication ou la production de certains produits, c'est contre l'utilisation de ce nom de lieu pour des produits identiques qui n'en sont pas originaires que l'instauration d'une protection spéciale telle que celle des appellations d'origine et indications géographiques protégées doit lutter, non contre l'usage de ce nom de lieu pour d'autres produits (même parents) qui en proviennent effectivement. C'est d'ailleurs en suivant le même raisonnement que Guyet, commentant l'art. 19 aLMF, a défini la notion de «produit semblable» de la façon suivante: «Par là sont visés les produits identiques et ceux qui, par leur nom⁴⁸, prêtent à confusion avec les produits d'origine et dont le consommateur moyen peut croire qu'ils proviennent du lieu réputé et de là leur attribuer la même renommée⁴⁹. On le voit, la notion de «produit semblable» utilisée sous l'empire de l'aLMF en matière d'indications de provenance réputées est beaucoup plus restrictive que celle qui doit servir à apprécier le risque de confusion entre deux marques⁵⁰.

Cette définition du «produit semblable» de l'art. 19 aLMF peut s'appliquer *mutatis mutandis* à la notion de «produit similaire» contenue à l'art. 16 al. 5 L'Agr⁵¹, ou à celle de «même type de produit» que l'on trouve à l'art. 14 du Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil relatif à la protection des indications géo-

provenance champenoise» ne suffirait pas à respecter l'art. 16 al. 5 L'Agr, mais bien une limitation plus restrictive, à savoir «vins bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée Champagne». L'art. 16 al. 5 L'Agr implique donc un affinement de la pratique de l'IPI en matière de marques contenant des indications de provenance qualifiées (voir «Directives pour l'examen des marques», (n. 37) 19) lorsque ces dernières sont des AOP ou des IGP.

³⁹ Avec les adaptations qu'impose le caractère d'indications de provenance particulièrement qualifiées que revêtent les appellations d'origine et indications géographiques protégées; *supra* a).

⁴⁰ C'est ce que laisse entendre SIMON (n. 23), 234.

⁴¹ Par exemple: famille des légumes, famille des viandes, famille des produits laitiers, etc.

⁴² Ci-après: aLMF; cette loi a été abrogée le 1^{er} avril 1993 par l'entrée en vigueur de la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance du 28 août 1992.

⁴³ C'est l'auteur qui souligne.

⁴⁴ Ou d'être désigné par une marque contenant cette indication de provenance.

⁴⁵ Que l'on peut rapprocher, par analogie, de la protection accordée par l'art. 19 aLMF aux indications de provenance «réputées».

⁴⁶ Dans notre exemple, les producteurs d'autres légumes que la lentille.

⁴⁷ *Supra* 1.

⁴⁸ Par exemple «bière» et «bière sans alcool», «fromage» et «fromage de viande» (J. GUYET, La protection des indications de provenance et des appellations d'origine en droit suisse, in: Les indications de provenance et les appellations d'origine en droit comparé, Actes du Colloque de Lausanne, Genève 1983, 7 ss, 42, n. 254), ou «saucisse» et «saucisson».

⁴⁹ GUYET (n. 48), 42, et références citées; voir également P. COLELOUGH, La protection des indications de provenance et des appellations d'origine, Etude de droit suisse avec référence aux droits français et allemand et au droit international, thèse, Lausanne 1988, 104, qui parle d'un régime de protection «spéciale» pour les indications de provenance qualifiées et les appellations d'origine, par opposition à un régime de protection absolue.

⁵⁰ GUYET (n. 48), 42. Il faut donc rejeter l'idée esquissée par SIMON (n. 23), 234.

⁵¹ COLELOUGH (n. 49), 104.

graphiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires⁵². Cela ressort également de la pratique de l'INPI⁵³ à l'égard des demandes d'enregistrement de marques contenant une appellation d'origine ou un élément d'une telle dénomination: il considère comme similaire au produit bénéficiant d'une appellation d'origine un produit identique, mais provenant d'une autre aire géographique que celle visée par l'appellation, ou ne respectant pas d'autres critères définis par le cahier des charges relatif à cette appellation⁵⁴. En conséquence, il ne refusera pas l'enregistrement d'une marque⁵⁵ contenant une appellation d'origine protégée si cette marque n'est pas destinée à un tel produit: ainsi par exemple autorisera-t-il l'enregistrement d'une marque contenant la dénomination «Roquefort» pour des yaourts⁵⁶. Si la même marque est en revanche destinée à du fromage, l'INPI exigera alors que les produits soient limités à du fromage bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée Roquefort⁵⁷.

Mais comment justifier une telle pratique au regard de l'art. 16 al. 7 let. a LAgr?

c) *L'art. 16 al. 7 let. a LAgr*

Il peut sembler choquant, si l'on se réfère à l'exemple susmentionné, que des produits de la même famille⁵⁸ que celui bénéficiant de la dénomination protégée puissent se voir dotés d'une marque reprenant totalement ou partiellement cette dénomination, et ainsi inciter le consommateur moyen à attribuer à ces produits les qualités, par hypothèse supérieures, qu'il attribue à l'appellation d'origine. C'est précisément ce que veut éviter l'art. 16 al. 7 let. a LAgr, en interdisant l'utilisation commerciale pour d'autres produits exploitant le renom de la désignation protégée. Aux termes de l'art. 16 al. 5 LAgr, l'enregistrement d'une mar-

que correspondant à une telle situation ne devrait pas être possible. Toutefois, l'IPi ne procède qu'à un examen sommaire des demandes d'enregistrement de marques⁵⁹, et ne dispose donc pas des moyens d'instruction suffisants pour trancher une question aussi délicate que celle de savoir si le déposant exploite ou exploitera le renom de la dénomination protégée contenue dans sa marque. L'IPi peut d'autant moins instruire cette question que dans la plupart des cas, la marque n'est pas encore utilisée au moment de son dépôt⁶⁰. Ainsi, le point de savoir si l'utilisation commerciale d'une marque contenant une dénomination protégée constitue une exploitation du renom de cette dénomination ne peut être tranché que dans une situation concrète, et doit donc être laissée à l'appréciation des tribunaux civils⁶¹. C'est d'ailleurs également ainsi que pratique l'INPI.

d) *L'art. 16 al. 7 let. b LAgr*

Aux termes de l'art. 16 al. 7 let. b LAgr, les appellations d'origine et les indications géographiques enregistrées sont protégées contre toute usurpation, contrefaçon ou imitation. Ainsi, et compte tenu de la référence expresse à cette disposition contenue à l'art. 16 al. 5 LAgr, l'enregistrement de marques contenant une dénomination protégée ou une partie d'une telle dénomination ne devrait pas être possible s'il s'agit d'une usurpation, d'une contrefaçon ou d'une imitation de cette dénomination.

L'usurpation désigne le comportement de celui qui s'attribue le travail d'un autre. En droit des marques, l'usurpation consiste principalement à utiliser la marque originale d'un tiers pour ses propres produits. Mais on qualifie parfois également d'usurpation le comportement de celui qui sait que son co-contractant s'appête à déposer une marque, et qui, en violation de ce

contrat, s'empresse de la déposer avant lui pour les mêmes produits,

⁵² Il faut d'ailleurs noter que le texte allemand de l'art. 16 al. 5 LAgr, qui parle de «gleiche Art von Erzeugnissen», correspond de plus près au texte de ce Règlement. L'on peut en revanche regretter que l'art. 17 al. 1 let. a de l'ordonnance, qui concerne l'utilisation commerciale d'une dénomination protégée (et non son enregistrement comme élément de marque), emploie un autre qualificatif encore, à savoir celui de «produit comparable». Nous sommes néanmoins de l'avis que cette différence terminologique n'implique aucune distinction entre les notions de «produit similaire» (art. 16 al. 5 LAgr) d'une part et de «produit comparable» (art. 17 al.1 let. a de l'ordonnance) d'autre part. Elle nous semble plutôt due au fait que la législation suisse s'est fortement inspirée du Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil, qui à son art. 13 ch. 1 let. a concernant l'utilisation commerciale des dénominations protégées parle également de «produits comparables».

⁵³ Rappel: le droit français a considérablement influencé le droit communautaire dont s'est inspiré le législateur suisse (n. 4). L'art. L. 115-5a al. 4 du code français de la consommation prévoit en particulier que le nom géographique qui constitue l'appellation d'origine ou toute autre mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire.

⁵⁴ L'appellation d'origine et l'indication géographique sont en effet définies non seulement au moyen d'une aire géographique particulière, mais également au moyen de critères qualitatifs déterminés par cette aire géographique (art. 2 et 3 de l'ordonnance sur les AOP et les IGP, ainsi que art. 2 ch. 2 du Règlement du Conseil).

⁵⁵ A condition bien entendu qu'elle ait un caractère distinctif suffisant. Le droit français, à l'instar de l'ensemble des droits nationaux continentaux, fait aussi du caractère distinctif du signe une condition de sa protection comme marque.

⁵⁶ Dans ce contexte, les yaourts ne sont en effet pas des produits similaires au fromage, quand bien même il s'agit également de produits laitiers.

⁵⁷ Le droit français des marques interdit également l'enregistrement des signes trompeurs.

⁵⁸ En l'espèce des produits laitiers.

⁵⁹ *Supra* 1.

⁶⁰ SIMON (n. 23), 234.

⁶¹ Rien n'empêcherait à notre sens le groupement titulaire d'une AOP ou d'une IGP de saisir le juge d'une action en nullité fondée sur l'art. 52 LPM: le groupement en question devrait sans aucun

ou encore l'attitude de celui qui, grâce à une situation privilégiée dont il bénéficie, agit de mauvaise foi en usurpant le signe de l'ayant droit pour son dépôt à titre de marque⁶².

doute être considéré comme «ayant un intérêt juridique» au sens de cette disposition.

⁶² K. TROLLER, Manuel du droit suisse des biens immatériels, I, 2^{ème} éd., Bâle 1996, 491.

⁶³ *Supra* 1.

⁶⁴ Ces documents ne contiennent aucune information sur le «contexte» dans lequel une demande d'enregistrement de marque est déposée.

⁶⁵ TROLLER (n. 62), II, 872.

⁶⁶ *Supra* b).

⁶⁷ Voir n. 20.

⁶⁸ Si la marque contient par exemple l'appellation d'origine «lentille du Puy», et qu'elle est destinée à des lentilles, le déposant devra désigner ses produits ainsi: lentilles bénéficiant de l'appellation d'origine «lentille du Puy».

⁶⁹ Ainsi, par exemple pour une marque Rock Fort devant désigner des fromages, pour une marque contenant l'indication «lentille Dupuis» et devant désigner des lentilles, ou encore pour une marque contenant l'indication «saucisson d'Ajoie» devant désigner un saucisson (imitation de la dénomination «saucisse d'Ajoie», le saucisson devant assurément être considéré comme un produit similaire à la saucisse [n. 48]).

⁷⁰ C'est également ainsi que pratique l'INPI. L'imitation étant mieux visible en l'occurrence que la contrefaçon ou l'usurpation (elle est en effet reconnaissable directement sur la base des documents de dépôt), l'on peut toutefois se demander si l'IPI ne devrait pas purement et simplement refuser l'enregistrement de marques contenant une AOP ou une IGP imitée, en se fondant sur l'art. 2 let. d LPM en relation avec l'art. 16 al. 5 LAgr. S'il adopte une telle pratique, il risque cependant de se trouver rapidement confronté à des difficultés d'appréciation, notamment lorsqu'une AOP ou une IGP n'est imitée qu'à un degré relativement faible (p. ex.: «La Roche forte» pour des fromages), au point de n'être peut-être qu'une évocation (art. 17 al. 2 let. a de l'ordonnance).

⁷¹ Plus la dénomination protégée est connue, plus le risque de tromperie devrait être admis facilement si elle est évoquée, sans être à proprement parler imitée (ex: Saucisse Lajoie, évocation de la désignation saucisse d'Ajoie), *infra* 3. d). La limite entre imitation et évocation peut d'ailleurs s'avérer très difficile à tracer (n. 70).

Cette deuxième situation pourrait par exemple être le fait d'un producteur agricole qui, grâce à sa position, entend parler d'un projet relatif à l'enregistrement d'une appellation d'origine et qui s'empresserait de déposer une marque contenant la dénomination en question, avant que celle-ci ne fasse l'objet d'une demande d'enregistrement. L'IPI serait toutefois dans l'impossibilité de tenir compte d'une telle situation pour refuser l'enregistrement de cette marque, vu qu'il ne procède, comme cela a déjà été expliqué plus haut⁶³, qu'à un examen sommaire fondé sur les seuls documents de dépôt⁶⁴. Ce serait donc également aux tribunaux civils de trancher le litige issu d'une éventuelle usurpation.

La contrefaçon est l'usage par un tiers d'un signe identique à celui du titulaire pour des produits identiques. Quant à l'imitation, elle désigne à la fois l'usage d'un signe identique à celui du titulaire pour des produits similaires (imitation qualifiée) et l'usage d'un signe similaire pour des produits identiques ou similaires (imitation simple)⁶⁵. Appliquées à la protection des appellations d'origine et indications géographiques enregistrées, pour lesquelles la notion de produit similaire est beaucoup plus restrictive qu'en droit des marques⁶⁶, seules les notions de contrefaçon et d'imitation simple telles que définies ci-avant revêtent une véritable importance.

C'est à notre avis une combinaison des art. 2 let. d LPM, qui interdit l'enregistrement des signes contraires au droit en vigueur⁶⁷, et 2 let. c LPM, qui interdit l'enregistrement des signes propres à induire en erreur, qui doit guider l'examen des demandes d'enregistrement de marques pouvant aboutir à une situation de contrefaçon ou d'imitation: afin d'éviter qu'il ne puisse y avoir contrefaçon de la dénomination protégée, il faudra exiger du déposant de la marque qu'il limite la dé-

signation de ses marchandises à des produits bénéficiant de ladite dénomination⁶⁸. Ainsi, il n'y aura pas, au stade de l'examen sommaire pratiqué par l'IPI, de contrefaçon au sens de l'art. 16 al. 7 let. b LAgr. En revanche, le point de savoir si dans la réalité, à savoir lors de l'usage de la marque, les produits en cause correspondent effectivement au cahier des charges de l'appellation d'origine, est une question qui échappe au pouvoir d'examen de l'IPI et qui doit être laissée à l'appréciation des juges civils, par exemple dans le cadre d'une action en nullité fondée sur l'art. 52 LPM. De même, les art. 2 let. c et d LPM doivent guider l'examen d'une marque dans laquelle une appellation d'origine ou une indication géographique protégée est imitée: si le consommateur moyen risque d'être induit en erreur sur les qualités du produit ainsi désigné, c'est-à-dire si l'imitation de la dénomination protégée éveille en lui des attentes relatives au produit revêtu de la marque⁶⁹, l'IPI devra dans ce cas aussi exiger du déposant qu'il limite la désignation de ses produits en conséquence⁷⁰. De la même manière, c'est en se fondant sur les art. 2 let. c et d LPM qu'il faudra examiner la marque lorsque l'appellation d'origine ou l'indication géographique protégée n'est qu'évoquée sans être à proprement parler imitée (art. 17 al. 2 let. a de l'ordonnance); dans de telles situations, la notoriété de la dénomination protégée auprès des destinataires du produit en cause pourrait par ailleurs entrer en ligne de compte⁷¹.

3. Synthèse des situations pouvant se présenter lors du dépôt d'une marque contenant une AOP/IGP

a) Dépôt d'une marque verbale qui est une AOP ou une IGP

Si une appellation d'origine ou une indication géographique est déposée

comme marque verbale, quelle que soit la nature des produits revendiqués par le déposant⁷², cette dénomination doit dans tous les cas être considérée comme une référence directe à la provenance et/ou à la qualité de ces produits, soit comme un signe appartenant au domaine public, et donc se voir refuser la protection à titre de marque sur la base de l'art. 2 let. a LPM.

b) *Dépôt d'une marque combinée dont le graphisme est suffisant pour la rendre distinctive*

Si une appellation d'origine ou une indication géographique est déposée comme élément d'une marque combinée pour un produit identique⁷³, la désignation de ce produit doit alors faire expressément référence au fait qu'il bénéficie de la dénomination protégée contenue dans la marque⁷⁴. Il s'agit d'un cas d'application des art. 2 let. c et d LPM, qui excluent de la protection les signes trompeurs ainsi que les signes contraires au droit en vigueur. La même solution doit être retenue si le produit revendiqué est un produit similaire au sens de l'art. 16 al. 5 LPM, étant entendu que l'IPPI n'a pas à examiner si le produit en cause provient effectivement de l'aire géographique considérée⁷⁵.

En revanche, si le produit revendiqué par le déposant est un produit différent de celui bénéficiant de la dénomination protégée, l'IPPI devra considérer la marque déposée comme contenant une indication de provenance au sens des art. 47 ss LPM, et s'assurer, en se fondant sur l'art. 2 let. c LPM, que le produit soit expressément limité comme provenant du pays (voire du lieu) auquel la dénomination protégée fait référence⁷⁶. L'IPPI n'a en effet pas à examiner la question de savoir s'il y a, le cas échéant, exploitation du renom de cette dénomination au sens de l'art. 16 al. 7 let. a LPM⁷⁷.

c) *Dépôt d'une marque (verbale ou combinée) imitant une AOP ou une IGP*⁷⁸

Si l'imitation considérée est phonétiquement identique ou très semblable à l'appellation d'origine ou à l'indication géographique contenue dans la marque déposée, l'application des art. 2 let. c et d LPM doit conduire l'IPPI à exiger du déposant qu'il désigne son produit, s'il est identique ou similaire, comme bénéficiaire de la dénomination en cause: l'identité phonétique sera en effet très souvent de nature à induire le consommateur moyen en erreur sur la provenance et les qualités du produit si celui-ci ne bénéficie pas de la dénomination imitée. Il ne faudrait toutefois pas se montrer trop exigeant et admettre comme fantaisiste une dénomination fortement mutilée, même si l'identité phonétique demeure⁷⁹.

Pour un produit différent de celui bénéficiant de la dénomination imitée, il faut, comme dans la situation d'une marque combinée reproduisant fidèlement une appellation d'origine, considérer cette désignation comme une indication de provenance simple et procéder à une limitation des produits au pays auquel cette indication fait référence⁸⁰.

d) *Dépôt d'une marque (verbale ou combinée) évoquant une AOP ou IGP*

Lorsqu'une appellation d'origine ou une indication de provenance n'est qu'évoquée, sans que l'on puisse proprement parler d'imitation⁸¹, c'est également en se fondant sur les art. 2 let. c et d LPM que l'on doit examiner si la marque déposée risque d'induire ou non le consommateur moyen en erreur et si elle constitue une violation de l'art. 16 al. 5 LPM. En présence d'un produit identique ou similaire à celui bénéficiant de la dénomination évoquée, l'IPPI devra examiner si le consommateur moyen

risque d'être induit en erreur sur la provenance et les qualités du produit dans l'hypothèse où celui-ci ne bénéficie pas de l'appellation ou de l'indication évoquée. Ce ne sera à notre avis que rarement le cas⁸², si bien qu'en général, une marque ne contenant que l'évocation d'une AOP ou d'une IGP devra être admise à l'enregistrement même pour des produits identiques ou similaires⁸³.

⁷² Identiques, similaires ou différents de celui bénéficiant de la dénomination protégée.

⁷³ Dans ce contexte, un produit est identique lorsqu'il provient de la même aire géographique que celui bénéficiant de la dénomination protégée, par opposition au produit similaire, qui est un produit «identique» provenant d'une autre aire géographique; voir supra 2. b).

⁷⁴ Par exemple, «lentille bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée lentille du Puy».

⁷⁵ *Supra* 1. et 2. Autrement dit, l'IPPI doit, en exigeant du déposant qu'il désigne son produit comme bénéficiaire de l'AO/IG, rétablir formellement «l'identité» de ce produit au sens défini à la n. 73.

⁷⁶ Prenons l'exemple d'une marque dont un élément est «du Puy» pour des carottes; les produits devront être libellés ainsi: «carottes de provenance française». Voir également «Directives pour l'examen des marques» (n. 37), 17 ss.

⁷⁷ *Supra* 2 c).

⁷⁸ Pour la notion d'imitation dans ce contexte, voir *supra* 2. d).

⁷⁹ Il faut noter que l'INPI limiterait une marque Rock Fort déposée pour du fromage, à du fromage bénéficiant de l'appellation d'origine contrôlée Roquefort (il s'agit-là d'un exemple purement fantaisiste). Voir toutefois n. 70.

⁸⁰ Ci-dessus b). A notre avis, il faut dans ce cas également réserver l'hypothèse d'une forte mutilation.

⁸¹ Par exemple: fromage «La Roche forte», évoquant l'AOC Roquefort.

⁸² Notamment lorsque la dénomination en cause est très fameuse, telle que l'AOC «Champagne» par exemple.

⁸³ Etant entendu que les produits devront être limités en conséquence si l'évocation en cause demeure néanmoins une indication de provenance au sens de l'art. 47 LPM. Il faut également réserver l'hypothèse d'une action judiciaire en nullité de la marque s'il s'avère que son utilisation commerciale constitue une exploitation du renom de la désignation évoquée (art.

V. Le droit transitoire et les rapports temporels entre marques et AOP/IGP

A l'égard du droit des marques, il faut déplorer que la nouvelle législation sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées ne prévoit pas de régime transitoire, pas plus qu'elle ne s'exprime sur la question de savoir laquelle, de l'appellation d'origine ou de la marque, doit avoir la primauté lorsque toutes deux sont en cours d'examen⁸⁴. Se référer purement et simplement aux art. 1 à 4 T.f. CC est délicat dès lors que ces dispositions énoncent les règles générales du droit privé transitoire⁸⁵ alors que la législation sur les appellations d'origine et indications

géographiques protégées relève du droit public. Néanmoins, il est possible de rechercher les réponses aux nombreuses questions que pose cette absence de régime transitoire en se fondant sur les principes généraux du droit intertemporel ainsi qu'en s'inspirant de la solution adoptée en droit communautaire⁸⁶.

1. Le droit transitoire

a) *Le principe de la non-rétroactivité des lois et son application aux situations soumises à autorisation*

Le droit intertemporel est dominé par le principe général de la non-rétroactivité des lois. Il signifie que le nouveau droit ne s'applique pas à des faits antérieurs à sa mise en vigueur, la rétroactivité n'étant admise qu'exceptionnellement. Inversement, le nouveau droit ne saurait déployer d'effets juridiques avant d'entrer en vigueur (sous réserve de l'effet dit anticipé des normes)⁸⁷.

En ce qui concerne les droits soumis à autorisation, la jurisprudence est constante: le droit déterminant est celui qui est en vigueur le jour où l'autorité statue; c'est donc la nouvelle législation qui est applicable aux affaires pendantes. Cela s'explique par le fait que la demande d'autorisation vise une situation future, qui n'a pas encore eu lieu puisqu'elle doit être autorisée. L'autorité doit dès lors très logiquement appliquer le droit en vigueur au moment où la question de la conformité de la situation en cause avec la loi se pose, c'est-à-dire le jour où elle statue⁸⁸.

b) *Application par analogie aux marques déposées avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 L'Agr*

La situation qui résulte du dépôt d'une marque peut être, à notre avis, assimilée à celle décrite ci-dessus à l'égard des autorisations. Il est vrai que l'enregistrement d'une marque

n'est pas à proprement parler une autorisation. Toutefois, l'acquisition de droits de marque est subordonnée à l'enregistrement de celle-ci (art. 5 LPM), soit à une décision de l'IPI prise à l'issue d'une procédure d'examen du signe déposé. Cette situation présente une analogie certaine avec celle résultant d'une procédure à l'issue de laquelle le justiciable obtiendra l'autorisation d'avoir un certain comportement: à l'issue de la procédure d'examen, et pour autant que l'enregistrement de la marque soit accordé, son titulaire acquiert le droit à la marque et le bénéfice de la protection spéciale de la LPM. L'application d'une nouvelle législation qui peut avoir des conséquences sur le droit à la marque futur d'un justiciable dépend donc directement du jour où l'IPI statue: si la nouvelle législation en cause est entrée en vigueur, elle doit s'appliquer même si la procédure d'examen (déclenchée par le dépôt de la marque) a commencé sous l'empire de l'ancien droit. Ainsi, il faut considérer que l'art. 16 al. 5 L'Agr s'applique non seulement aux marques déposées depuis son entrée en vigueur⁸⁹, mais également à celles déposées avant, mais enregistrées après.

c) *Situation des marques enregistrées avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 L'Agr*

L'absence de dispositions transitoires est particulièrement regrettable à l'égard des marques enregistrées avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 L'Agr pour la raison suivante: le titulaire d'une marque enregistrée est au bénéfice d'une situation durable, puisque l'enregistrement est valable pour dix ans et qu'il peut être indéfiniment prolongé, sans autre examen, par périodes de dix ans (art. 10 al. 1 et 2 LPM). Ainsi, le titulaire d'une marque enregistrée avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 L'Agr, et contenant une désignation géographique,

16 al. 7 let. a L'Agr et 17 al. 1 let. b de l'ordonnance); mais cela sort du champ de l'examen sommaire pratiqué par l'IPI au stade de la procédure d'enregistrement de la marque, cf. *supra* 2. c).

⁸⁴ Il est vrai que l'art. 16 al. 6 2^{ème} phrase L'Agr, qui réserve les droits des titulaires de marques connues ou réputées et utilisées depuis longtemps, a dans une certaine mesure un contenu transitoire. Il est toutefois loin de régler toutes les questions de droit transitoire que pose l'introduction de l'art. 16 L'Agr par rapport au droit des marques. Il faut aussi signaler l'existence de l'art. 17a de l'ordonnance, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2000, et qui permet d'utiliser une AOC ou une IGP par des produits ne remplissant pas les exigences requises, toutefois à des conditions très restrictives. Il ne s'agit d'ailleurs pas d'une disposition transitoire, raison pour laquelle ce nouvel article 17a a pris place sous le chapitre 3 (protection) de l'ordonnance et signifié l'abrogation de l'art. 25 (cf. «Premier bilan de la réforme agricole et propositions de modification des ordonnances PA 2002», DFE 5011-1).

⁸⁵ I. CHERPILLOD, Le droit transitoire de la nouvelle loi sur le droit d'auteur, RSPI 1994, 11.

⁸⁶ La volonté du législateur est en effet que la législation suisse soit eurocompatible (n. 4, 650 et 655).

⁸⁷ P. MOOR, Droit administratif, 2^{ème} éd., Berne 1994, 170.

⁸⁸ MOOR (n. 87), 171; voir également ATF 107 Ib 133 et 191.

⁸⁹ Le 1^{er} juillet 1997.

pourrait se trouver sans sa faute en situation illicite après le 1^{er} juillet 1997 si la désignation contenue dans sa marque était enregistrée comme appellation d'origine protégée et que son produit ne soit pas conforme au cahier des charges de cette appellation (art. 16 al. 6 LAgr)⁹⁰. Sa marque serait devenue illicite et trompeuse indépendamment de sa volonté et de ses actes.

D'une manière générale, le principe de la non-rétroactivité des normes ne garantit pas au justiciable que la situation juridique dont il bénéficie en un point temporel donné perdurera en dépit des modifications législatives futures. Le principe de l'application générale du nouveau droit s'y oppose, même si la situation juridique en cause, par hypothèse durable, a été créée par un fait antérieur au changement législatif: le nouveau droit s'appliquera au régime juridique futur, alors même que la cause de ce dernier est antérieure. C'est ce que l'on nomme la rétroactivité improprement dite, qui est admise par la jurisprudence⁹¹. Il n'existe d'exception à l'application générale du nouveau droit que lorsque la situation durable envisagée présente un caractère d'irréversibilité, à savoir lorsqu'il n'est pas possible de revenir en arrière sans un sacrifice si lourd qu'il ne saurait être raisonnablement exigé de l'administré⁹². Ainsi, les changements législatifs peuvent avoir de lourdes conséquences pour les justiciables; c'est pourquoi l'ordre juridique peut devoir imposer des dispositions transitoires, afin d'atténuer ces conséquences⁹³.

Malheureusement, la nouvelle législation agricole ne prévoit pas de régime transitoire au bénéfice des marques enregistrées avant le 1^{er} juillet 1997, à moins qu'elles ne soient connues ou réputées et utilisées depuis longtemps⁹⁴. Ainsi, en vertu du principe de l'application générale du nouveau droit, toutes les marques

enregistrées contenant une désignation géographique doivent, dès l'enregistrement de cette dernière comme AOP ou IGP, désigner des produits conformes au cahier des charges sous peine d'être qualifiées d'illicites ou de trompeuses (art. 2 let. c et d LPM en relation avec l'art. 16 al. 6 1^{ère} phrase LAgr). Leurs titulaires devraient donc être capables – dans la mesure où le cahier des charges ne l'exclut pas d'emblée⁹⁵ – d'adapter leur production avec effet immédiat au jour de l'enregistrement de l'AOC ou de l'IGP en question. L'on peut se demander si une telle exigence est raisonnable et si le législateur n'aurait pas été mieux inspiré de prévoir un régime transitoire en vertu duquel un délai aurait été accordé aux titulaires de marques enregistrées avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 LAgr pour rendre leurs produits conformes aux exigences du cahier des charges⁹⁶.

2. Les rapports temporels entre marques et AOP/IGP

La nouvelle législation sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées ne contient pas davantage de disposition réglant la priorité entre une marque et une AOP/IGP lorsque toutes deux sont en cours d'examen et n'ont donc pas encore été enregistrées.

Compte tenu de la volonté du législateur de se rapprocher du droit communautaire, c'est notamment en s'inspirant de l'art. 14 ch. 1 du Règlement (CEE) N° 2081/92 du 14 juillet 1992 qu'il est possible de rechercher des solutions.

D'après cette disposition, l'enregistrement d'une marque contenant une appellation d'origine ou une indication géographique n'est prohibé qu'à la condition que la demande d'enregistrement de la marque soit présentée après la date de la publication de la dénomination en

cause (§ 1), ou, si elle est présentée avant, à la condition que la publication de la demande d'enregistrement de l'AO/IG ait néanmoins lieu avant l'enregistrement de la marque (§ 2).

Adapté en droit suisse, cela signifie que l'art. 16 al. 5 LAgr ne serait applicable que dans les deux situations suivantes:

- lorsque le dépôt de la marque est postérieur à la publication de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique considérée⁹⁷;

⁹⁰ La loi ne prévoit une exception qu'en faveur des marques connues ou réputées qui sont utilisées depuis longtemps (art. 16 al. 6 *in fine* LAgr).

⁹¹ MOOR (n. 87), 173 et jurisprudence citée, 174 et 176.

⁹² MOOR (n. 87), 172, qui cite le cas d'un bâtiment régulièrement construit qui deviendrait contraire au plan de zone à la suite d'un changement de législation. Le caractère d'irréversibilité correspond à la notion de droits acquis utilisée à l'art. 4 Tit. Fin. CC.

⁹³ MOOR (n. 87), 176, qui relève que le principe de l'aménagement d'un régime transitoire relève toutefois de l'appréciation du législateur, mais que le Tribunal fédéral en a prononcé parfois l'obligation, fondée sur le principe de la proportionnalité (voir jurisprudence citée par cet auteur).

⁹⁴ C'est dans cette mesure que l'art. 16 al. 6 2^{ème} phrase LAgr a un contenu transitoire (n. 84): les titulaires de marques connues ou réputées et utilisées depuis longtemps sont de par la loi au bénéfice d'une situation irréversible, que l'on peut assimiler à la notion de droit acquis au sens de l'art. 4 Tit. Fin. CC (n. 92).

⁹⁵ Par exemple parce qu'ils se trouvent hors de l'aire géographique déterminante.

⁹⁶ Notons que la question ne se pose pas uniquement à l'égard des marques contenant une désignation par la suite enregistrée comme AOP ou IGP, mais aussi à l'égard de tout usage fait de bonne foi d'une telle indication avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 LAgr. Voir toutefois l'art. 17a de l'ordonnance ainsi que la n. 84 à ce sujet.

⁹⁷ Les demandes d'enregistrement d'AOP/IGP sont publiées à la Feuille officielle suisse du commerce (FOSC) (art. 9 al. 2 de l'ordonnance).

- lorsque le dépôt de la marque est antérieur à la publication de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique considérée, à condition que cette publication ait lieu avant l'enregistrement de la marque.

En conséquence, l'art. 16 al. 5 L'Agr ne devrait pas trouver application si la marque est enregistrée avant la publication de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique en cause. Toutefois, il ne faut pas oublier que l'art. 16 al. 6 L'Agr

oblige quiconque utilise le nom d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique enregistrée pour un produit similaire à remplir les exigences du cahier des charges. Cette disposition ne prévoit d'exception qu'en faveur des titulaires de marques connues ou réputées qui sont utilisées depuis longtemps⁹⁸ (art. 16 al. 6 *in fine* L'Agr). Ainsi, même celui qui obtient de bonne foi l'enregistrement d'une marque avant la publication d'une demande d'enregistrement d'AO/IG devra se plier au cahier des charges si celle-ci est enregistrée, à moins que sa marque ne soit connue ou réputée et utilisée depuis longtemps⁹⁹. C'est pourquoi il sera toujours dans l'intérêt de celui qui dépose une marque à la même époque que le dépôt d'une demande d'enregistrement d'AO/IG, que la procédure d'enregistrement de sa marque¹⁰⁰ soit suspendue jusqu'à droit connu sur la procédure d'examen de l'AO/IG déposée auprès de l'OFAG. Il est vrai que le déposant d'une marque a en principe intérêt à ce que sa demande soit examinée dans les délais les plus brefs; cependant, il a un intérêt encore plus grand à ce que sa marque, une fois enregistrée, ne soit pas entachée de nullité (art. 2 let. d LPM en combinaison avec l'art. 16 al. 6 L'Agr) dès le moment où l'appellation d'origine ou l'indication géographique en cause sera enregistrée¹⁰¹.

Compte tenu de ce qui précède, une très bonne collaboration entre l'OFAG et l'IPI est nécessaire; elle doit à notre sens aller au-delà de la consultation prévue à l'art. 8 al. 2 de l'ordonnance: afin que l'IPI puisse efficacement veiller au respect de l'art. 16 al. 5, 6 et 7 L'Agr, il faut qu'il soit informé de toutes les demandes d'enregistrement d'AO/IG avant leur publication à la FOsc. C'est le seul moyen pour qu'il puisse suspendre à temps les demandes d'enregistrement de marques déposées avant cette date, et dont l'en-

registrement pourrait également intervenir avant.

Résumé

La pratique actuelle de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) en matière d'enregistrement des marques contenant une indication de provenance est applicable, du moins dans son principe, aux marques contenant une appellation d'origine ou une indication géographique protégée. Elle doit cependant être affinée afin de tenir compte de la nature particulière de ces désignations, qui sont des indications de provenance «qualifiées». Cette notion est plus étroite que celle utilisée par l'IPI dans ses «Directives pour l'examen des marques», en ce sens que les AOP et les IGP définissent l'origine d'un produit agricole non seulement en fonction de sa provenance géographique mais aussi en fonction d'autres critères qualitatifs liés à cette provenance. Ainsi, la pratique consistant à limiter la liste des produits revendiqués à des marchandises provenant du pays ou du lieu indiqué dans la marque est insuffisante lorsque le signe déposé contient une AOP ou une IGP: elle doit être plus précise en exigeant une limitation relative au produit lui-même, c'est-à-dire en exigeant que celui-ci soit indiqué comme bénéficiaire de l'AOP ou de l'IGP en cause.

L'art. 16 al. 5 L'Agr n'interdit l'enregistrement d'AOP ou d'IGP comme marques que pour un «produit similaire». Il faut entendre par produit similaire au sens de cette disposition un produit identique ou qui, par son nom, prête à confusion avec le produit d'origine et dont le consommateur moyen peut croire qu'il provient du lieu réputé, et de là lui attribuer la même renommée. Cette définition avait déjà été donnée par Guyet sous l'empire de l'ALMF (art. 19). Elle a l'avantage d'éviter l'écueil consistant à définir les produits similaires en fonc-

⁹⁸ Notion que la jurisprudence devra encore définir.

⁹⁹ Cela correspond à l'art. 14 ch. 2 du Règlement (CEE) N° 2081/92, qui prévoit que l'usage de bonne foi d'une marque enregistrée avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique peut se poursuivre nonobstant l'enregistrement d'une AO/IG, *lorsque la marque n'encourt aucun motif de nullité ou de déchéance* au sens de la Directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des Etats membres sur les marques. Or, au nombre des motifs de déchéance figure précisément le fait que la marque, par l'usage qui en est fait après la date de son enregistrement, soit propre à induire le public en erreur notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique des produits pour lesquels elle est enregistrée (art. 12 ch. 2 let. b).

¹⁰⁰ Qui est plus courte que la procédure d'enregistrement d'une AO/IG.

¹⁰¹ Il faut cependant réserver l'hypothèse où le déposant de la marque refuse catégoriquement la suspension de la procédure d'enregistrement: l'interdiction prévue à l'art. 16 al. 5 L'Agr ne vaut en effet qu'à l'égard des AOP ou IGP enregistrées. *De lege lata*, il reste ainsi possible de demander l'enregistrement de marques dont un des éléments serait une désignation non encore enregistrée comme AOP/IGP mais déjà déposée auprès de l'OFAG, voire déjà publiée à la FOsc. Le législateur suisse n'ayant pas prévu de disposition expresse en ce sens, la solution que nous préconisons de suspendre la procédure d'enregistrement de la marque n'est praticable qu'à la condition que le déposant ne s'y oppose pas formellement.

tion d'une famille à laquelle ils appartiennent (p. ex. les légumes, les produits laitiers, les produits carnés, etc.), ce qui aurait pour néfaste effet d'empêcher les producteurs régionaux de produits parents, mais non identiques, de faire usage d'une indication de provenance exacte. Cette définition du produit similaire n'est pas contraire à l'art. 16 al. 7 L'Agr qui interdit toute utilisation commerciale d'une AOP ou d'une IGP pour d'autres produits exploitant le renom de la désignation protégée (let. a) ainsi que toute usurpation, contrefaçon ou imitation (let. b). En effet, l'examen des demandes d'enregistrement de marques a lieu selon une procédure sommaire, fondée sur les seuls éléments du dossier. L'IPI ne dispose pas des moyens d'instruction suffisants pour trancher une question aussi délicate que celle de savoir si le déposant d'une marque exploite ou a l'intention d'exploiter le renom de l'AOP ou de l'IGP contenue dans sa marque. Il faut donc laisser le soin aux juges civils de statuer sur ce point dans le cadre d'une action en nullité fondée sur l'art. 52 LPM. Devant une éventuelle contrefaçon ou imitation d'une AOP ou d'une IGP, la pratique consistant à exiger que les produits revendiqués soient indiqués comme bénéficiaires de la désignation protégée permet de faire coïncider l'enregistrement de la marque avec l'art. 16 al. 5 et 7 let. b L'Agr, la question de savoir si dans la réalité lesdits produits respectent effectivement cette indication devant elle aussi être laissée à l'appréciation des juges civils.

Devant l'absence de règle transitoire au bénéfice des marques enregistrées avant l'entrée en vigueur de l'art. 16 L'Agr, l'on peut se demander si le législateur n'aurait pas dû prévoir un régime en vertu duquel un délai aurait été accordé aux titulaires de ces marques pour adapter leur production aux exigences des cahiers des charges des désignations contenues dans leurs signes.

La L'Agr ne prévoit pas davantage de disposition fixant les rapports

temporels entre une marque d'une part et une AOP ou une IGP d'autre part lorsque toutes deux sont en cours d'examen. Vu la volonté d'eurocompatibilité du législateur, c'est notamment en s'inspirant de l'art. 14 ch. 1 du Règlement (CEE) N° 2081/92 du 14 juillet 1992 qu'il est possible de rechercher des solutions. Cependant, la présence de l'art. 16 al. 6 L'Agr empêche en définitive qu'une marque puisse déroger au régime d'une désignation protégée à moins qu'elle ne soit connue ou réputée et qu'elle ne soit utilisée depuis longtemps. Ainsi, et afin d'éviter que le titulaire de bonne foi d'une marque contenant une désignation qui pourrait recevoir la protection comme AOP ou comme IGP ne se trouve en situation illicite, mieux vaut suspendre les demandes d'enregistrement de marques aussitôt que l'IPI a connaissance du dépôt d'une désignation en vue de l'obtention d'une AOP ou d'une IGP. Pour qu'un tel système soit efficace, il est nécessaire que l'IPI soit informé des demandes de protection déposées auprès de l'OFAG avant leur publication à la FOSC, ce qui implique une étroite collaboration entre ces deux administrations.

Zusammenfassung

Die aktuelle Praxis des eidgenössischen Institutes für Geistiges Eigentum (IGE) im Bereich der Eintragung von Marken, die eine Herkunftsangabe beinhalten, ist – mindestens dem Grundsatz nach – auf Marken anwendbar, die eine geschützte Ursprungsbezeichnung oder geographische Angabe beinhalten. Sie muss jedoch verfeinert werden, um der aussergewöhnlichen Natur dieser Bezeichnungen Rechnung zu tragen, die als «qualifizierte» Herkunftsangaben zu betrachten sind. Diese Begriffsumschreibung ist enger als die vom IGE in seinen «Richtlinien für die Markenprüfung» gebrauchte, weil die GUB und die GGA den Ursprung eines landwirtschaftlichen Er-

zeugnisses nicht nur bezüglich seiner geographischen Herkunft bestimmen, sondern auch bezüglich anderer qualitativer Kriterien, die mit der Herkunft verbunden sind. Die Praxis, wonach das Verzeichnis der beanspruchten Erzeugnisse auf Waren begrenzt wird, die aus dem in der Marke angegebenen Land oder Ort kommen, ist deshalb ungenügend, wenn das hinterlegte Zeichen eine GUB oder eine GGA enthält: Sie muss genauer sein, indem eine Begrenzung bezüglich des Produktes selber zu verlangen ist, d.h., dass das Produkt als Begünstigte der betreffenden GUB oder GGA angegeben werden soll.

Art. 16 Abs. 5 LwG verbietet die Eintragung von GUB und GGA als Marken nur für «Erzeugnisse gleicher Art». Ein Erzeugnis gleicher Art im Sinne dieser Bestimmung ist ein gleiches Erzeugnis oder eins, das durch seinen Namen eine Verwirrung mit dem Ursprungserzeugnis verursacht, und von dem der durchschnittliche Konsument annehmen kann, es komme vom bekannten Ort, und ihm deshalb den gleichen Ruf zuschreibt. Diese Begriffsumschreibung wurde schon von GUYET unter dem aMSchG (Art. 19) festgehalten. Sie hat den Vorteil, die Klippe zu umgehen, die entstehen würde, wenn Erzeugnisse gleicher Art in Bezug auf deren Familie bestimmt würden (z.B. Gemüse, Milchprodukte, Fleischwaren, usw.); was bedeuten würde, dass regionale Produzenten von verwandten, aber nicht gleichartigen Waren daran gehindert würden, eine genaue Herkunftsangabe verwenden zu können. Diese Begriffsumschreibung des Erzeugnisses gleicher Art widerspricht nicht Art. 16 Abs. 7 LwG, wonach jede kommerzielle Verwendung einer GUB oder einer GGA für andere Erzeugnisse verboten ist, die den Ruf der geschützten Bezeichnung ausnützen (lit. a), sowie auch jede Anmassung, Nachmachung und Nachahmung (lit. b). Die Prüfung der Eintragungsgesuche erfolgt nämlich in einem summarischen Verfahren, das

nur auf den Akten beruht. Das IGE verfügt nicht über ausreichende Untersuchungsmittel, um über so heikle Fragen wie jene zu befinden, ob der Hinterleger einer Marke den mit der GUB oder GGA verbundenen Ruf braucht oder zu gebrauchen beabsichtigt. Diese Frage muss folglich im Rahmen einer Nichtigkeitsklage i.S.v. Art. 52 MSchG dem Urteil des Zivilrichters überlassen werden. Bezüglich einer allfälligen Nachmachung oder Nachahmung einer GUB oder GGA erlaubt die Praxis, wonach die beanspruchten Erzeugnisse als Begünstigte der geschützten Herkunftsangaben angegeben werden müssen, die Eintragung der Marke mit Art. 16 Abs. 5 und 7 lit. b LwG zeitlich zusammenfallen zu lassen. Die Frage, ob die besagten Erzeugnisse tatsächlich der Bezeichnung entsprechen, muss ebenfalls dem Urteil des Zivilrichters überlassen werden.

Mangels Übergangsregelungen zugunsten von Marken, die vor dem Inkrafttreten des Art. 16 LwG hinterlegt wurden, kann man sich fragen, ob der Gesetzgeber nicht den Inhabern solcher Marken eine Frist hätte ansetzen müssen, damit diese ihre Produktion den Anforderungen der Pflichtenhefte der einzelnen Bezeichnungen ihres Zeichens anpassen können.

Das LwG enthält auch keine Bestimmung, die die zeitliche Beziehung zwischen einer Marke und einer GUB oder GGA regelt, wenn beide gleichzeitig geprüft werden. Angesichts des Willens des Gesetzgebers zur Europa-kompatibilität können Lösungen insbesondere anhand von Art. 14 Ziff. 1 des Reglementes (EWG) Nr. 2081/92 vom 14. Juli 1992 abgeleitet werden. Jedoch verhindert Art. 16 Abs. 6 LwG letztlich, dass sich eine Marke der Regelung der geschützten Bezeichnung

entziehen kann, es sei denn, sie sei bekannt oder berühmt und werde seit langem gebraucht. Aus diesem Grund, und um zugleich zu verhindern, dass der gutgläubige Inhaber einer Marke, die eine Bezeichnung beinhaltet, die als GUB oder GGA eingetragen werden könnte, sich in einer rechtswidrigen Lage befindet, ist es besser, das Eintragungsverfahren der Marke einzustellen, sobald das IGE vom Hinterlegungsgesuch einer Bezeichnung als GUB oder GGA Kenntnis hat. Damit ein solches System wirksam ist, sollte das IGE über die beim BLW hinterlegten Registriergesuche vor deren Publikation im SHAB benachrichtigt werden, was eine enge Zusammenarbeit dieser beiden Verwaltungen voraussetzt.