

*Vol. 17, n° 1*

## **Buvons un dernier verre de champagne canadien**

**Jean-Nicolas Delage et  
Marie-Josée Lapointe\***

1. Introduction . . . . .	121
2. Les obligations du Canada en vertu de l'Accord sur les ADPIC . . . . .	121
2.1 Notion d'indication géographique . . . . .	121
2.2 Principe général régissant les indications géographiques pour des vins et des spiritueux . . . . .	122
2.3 Exceptions au principe général. . . . .	123
3. Les engagements du Canada en vertu de l'Accord . . . . .	124
3.1 Protection des indications géographiques . . . . .	125
3.1.1 Engagements canadiens en vertu de l'Accord . . . . .	125
3.1.2 Engagements européens en vertu de l'Accord . . . . .	126

---

© Jean-Nicolas Delage et Marie-Josée Lapointe, 2004.  
\* Avocats chez BCF.

4. Répercussions de l'Accord sur le marché canadien . . . . .	127
4.1 Sur les producteurs canadiens . . . . .	127
4.2 Sur les producteurs étrangers . . . . .	128
5. Conclusion. . . . .	128

## 1. Introduction

Les problèmes juridiques et économiques entourant les indications géographiques font l'objet depuis les dernières années de débats passionnés au niveau international. Dans certains pays, notamment la France et l'Italie, les indications géographiques sont une source importante de revenu en plus d'être génératrices de centaines de milliers d'emplois. Les indications géographiques sont ainsi perçues par plusieurs, dont l'Union européenne (l'« UE »), comme un outil économique de premier choix.

C'est pourquoi, à la suite de fortes pressions de l'UE, le Canada a signé, le 16 septembre 2003, un accord avec l'UE prévoyant l'instauration d'un système visant à interdire, de façon graduelle, l'utilisation de façon générique au Canada de certains noms, tels « Champagne », « Bordeaux » et « Porto », par les producteurs de vins et de spiritueux dont les produits ne sont pas originaires du lieu indiqué par le nom. Cet accord entraîne des changements significatifs à la *Loi canadienne sur les marques de commerce* (la « LMC »)<sup>1</sup>, plus particulièrement à ses paragraphes 11.18(3) et (4), en plus d'avoir des répercussions importantes sur les producteurs de vins et de spiritueux utilisant ces noms génériques. Avant d'aborder ces changements législatifs, un bref survol de la notion d'« indication géographique » ainsi que du contexte international dans lequel ces modifications se sont insérées s'impose.

## 2. Les obligations du Canada en vertu de l'Accord sur les ADPIC

### 2.1 Notion d'indication géographique

L'Accord de l'Organisation mondiale du commerce (l'« OMC ») sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au

---

1. L.R.C. (1985), c. T-13.

commerce (l'« Accord sur les ADPIC »)<sup>2</sup>, conclu en 1994 dans le cadre des négociations de la Ronde d'Uruguay, établit des normes internationales minimales de protection de la propriété intellectuelle auxquelles doit se conformer le Canada, en tant que membre de l'OMC. L'Accord sur les ADPIC comporte notamment des dispositions visant la protection des indications géographiques et des exigences spécifiques pour les vins et les spiritueux<sup>3</sup>.

La notion d'« indication géographique », définie dans l'Accord sur les ADPIC<sup>4</sup>, a été incorporée dans la LMC, à son article 2<sup>5</sup> :

Désignation d'un vin ou d'un spiritueux par la dénomination de son lieu d'origine – territoire d'un membre de l'OMC, ou région ou localité de ce territoire – dans les cas où sa réputation ou une autre de ses qualités ou caractéristiques peuvent être essentiellement attribuées à cette origine géographique ; cette désignation doit être protégée par le droit applicable à ce membre, sauf si le lieu d'origine est le Canada.<sup>6</sup>

## **2.2 Principe général régissant les indications géographiques pour des vins et des spiritueux**

Le paragraphe 23(1) de l'Accord sur les ADPIC stipule que chaque membre, dont le Canada, doit prévoir des moyens juridiques permettant aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique :

- (i) identifiant des vins pour des vins ; ou
- (ii) des spiritueux pour des spiritueux

---

2. Organisation mondiale du commerce (1994), *Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce*, Annexe 1c) de l'Accord de Marrakech instituant l'Organisation mondiale du commerce, signé à Marrakech, au Maroc, le 15 avril 1994.

3. Art. 22 (niveau standard de protection des indications géographiques) et 23 (niveau de protection accru pour les indications géographiques concernant les vins et les spiritueux) de l'Accord sur les ADPIC.

4. Par. 22(1) de l'Accord sur les ADPIC.

5. *Loi sur la mise en œuvre de l'Accord sur l'Organisation mondiale du commerce*, L.C. 1994, c. 47, art. 190-201.

6. Art. 2 de la LMC (« indication géographique »).

qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question. Cette norme minimale s'applique même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « style », « imitation » ou autres.

Le Canada, afin de satisfaire ses obligations en vertu de l'Accord sur les ADPIC, a donc inséré dans la LMC les articles 11.14 et 11.15, lesquels stipulent que nul ne peut adopter ni utiliser à l'égard d'une entreprise, comme marque de commerce ou autrement, une indication géographique protégée désignant un vin pour un vin ou un spiritueux pour un spiritueux, dont le lieu d'origine ne se trouve pas sur le territoire visé par l'indication géographique protégée<sup>7</sup>. Ainsi, en vertu de ces articles, un producteur de vin canadien ne peut vendre ses vins en association avec le nom « Languedoc ». Cette indication géographique ne pourra en effet être utilisée par un producteur que si le vin est produit à partir de raisins récoltés dans cette région.

### ***2.3 Exceptions au principe général***

L'Accord sur les ADPIC énonce toutefois certaines exceptions au principe général régissant la protection des indications géographiques. Notamment, le paragraphe 24(6) de l'Accord sur les ADPIC stipule qu'un membre de l'OMC pourra se soustraire de l'application des articles 22 et 23 dudit accord lorsqu'une indication géographique pour des vins ou spiritueux est identique au terme usuel employé dans le langage courant comme nom commun de ces vins ou spiritueux sur le territoire de ce membre.

Cette exception a été incorporée par le Canada aux paragraphes 11.18(3) et (4) de la LMC qui énoncent que les articles 11.14 et 11.15 ainsi que les alinéas 12(1)g) et h) n'ont pas pour effet d'empêcher l'adoption, l'utilisation ou l'enregistrement à l'égard d'une entreprise, comme marque de commerce ou autrement, d'indications pour des vins et des spiritueux devenues génériques, lesquelles sont

---

7. Ces articles ne s'appliquent pas aux marques de commerce constituées, en tout ou en partie, d'une indication géographique protégée pour un vin ou un spiritueux si ces marques sont utilisées en association avec un produit autre qu'un vin ou un spiritueux (sous réserve toutefois que ces marques ne soient pas utilisées de façon à induire le public en erreur).

énumérées à ces paragraphes<sup>8</sup>. Ainsi, en raison de ces dispositions, les producteurs de vins et de spiritueux canadiens et étrangers peuvent utiliser au Canada, sur leurs produits, les noms génériques listés aux paragraphes 11.18(3) et (4) et enregistrer des marques de commerce comportant ces noms génériques et ce, même si leurs produits ne sont pas effectivement originaires du lieu indiqué par ce nom. À titre illustratif, les noms « Champagne » et « Porto », tous deux protégés en Europe à titre d'indication géographique, constituent au Canada des noms de vins génériques et peuvent donc être utilisés pour des vins produits au Canada.

### 3. Les engagements du Canada en vertu de l'Accord

Le 16 septembre 2003, le Canada et l'UE, par l'intermédiaire de leurs représentants<sup>9</sup>, signaient à Niagara-on-the-Lake un accord clé relatif au commerce des vins et des boissons spiritueuses (l'« Accord »). En vertu de cet Accord, les parties contractantes s'engageaient, sur la base des principes de non-discrimination et de réciprocité, à favoriser et à promouvoir les échanges de vins et de spiritueux produits au Canada et dans l'UE.

Selon monsieur Pettigrew, ministre canadien du Commerce international, « cet accord raffermi les relations entre le Canada et l'Union européenne en éliminant les anciens points de friction qui existaient dans le secteur des vins et des spiritueux. Il résout non seulement les différends, mais il solidifie l'accès du Canada au marché de l'Union européenne »<sup>10</sup>.

Par ailleurs, pour M. Vanclief, ministre canadien de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, « cet accord, qui constitue une victoire

8. Selon le *Document de consultation sur la possibilité de suppression progressive des noms génériques de vins et de spiritueux (indications géographiques)* publié le 4 octobre 2002 par la Direction générale des politiques-cadres du marché – Industrie Canada, un nom générique, dans le contexte de la protection des indications géographiques, s'entend d'un type ou d'une catégorie de vin, plutôt que d'un vin ayant des qualités, une réputation ou d'autres caractéristiques attribuables à son origine géographique.

9. Le Canada était représenté par M. Pierre Pettigrew, ministre du Commerce international et M. Lyle Vanclief, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire ; l'UE était représentée par M. Franz Fischler, chargé de l'agriculture et M. Adolfo Urso, ministre italien du Commerce extérieur.

10. Voir l'article « Mission du Canada auprès de l'UE » affiché à l'adresse Internet <http://www.dfait-maeci.gc.ca/canadaeuropa/eu/pub/infoflash/infoflash16.htm> (Ministre canadien des Affaires étrangères) le 17 septembre 2003.

---

pour le Canada ainsi que pour l'Europe, représente par-dessus tout une victoire pour les fabricants et les consommateurs de vins et de spiritueux des deux régions qui peuvent désormais s'attendre à des débouchés commerciaux plus nombreux et à un plus grand choix de produits »<sup>11</sup>.

### 3.1 Protection des indications géographiques

#### 3.1.1 Engagements canadiens en vertu de l'Accord

En vertu de l'Accord, le Canada s'est engagé à éliminer graduellement la liste des noms génériques des vins figurant au paragraphe 11.18(3) de la LMC ainsi que certains noms génériques de spiritueux apparaissant au paragraphe 11.18(4) de la LMC<sup>12</sup>. Cette suppression permettra aux producteurs européens de déposer une demande<sup>13</sup> au Canada visant à protéger ces noms à titre d'indications géographiques. En effet, une fois supprimés des listes, les noms génériques ne feront plus l'objet d'une interdiction d'enregistrement à titre d'indications géographiques protégées.

Par ailleurs, pour ce qui est des noms éliminés aux paragraphes 11.18(3) et (4), l'Accord reprend les obligations prévues au paragraphe 23(1) de l'Accord sur les ADPIC, soit qu'il est interdit d'utiliser les indications géographiques protégées avec un qualificatif territorial (par exemple, « Champagne canadien ») ou avec des expressions telles que « genre », « type », « style » ou « imitation »<sup>14</sup>.

La LMC dispose que c'est par décret que le gouverneur en conseil peut modifier les paragraphes 11.18(3) et (4)<sup>15</sup>. Ainsi, le 22 avril 2004, le *Décret modifiant les paragraphes 11.18(3) et (4) de la Loi sur les marques de commerce*<sup>16</sup> (le « Décret ») est entré en vigueur

---

11. *Ibid.*

12. Paragraphes 10(1) et 12(1) de l'Accord pour ce qui est des vins et paragraphes 14(1) et 17(1) pour ce qui est des spiritueux. Il s'agit de quinze noms de vins (certains noms comme « rhin-rhine » ou « port-porto » n'étant que des variantes linguistiques) et de deux noms de spiritueux.

13. La procédure d'enregistrement des indications géographiques est prévue aux articles 11.12 et 11.13 de la LMC. Voir également les paragraphes 10(3) et 14(3) de l'Accord.

14. Paragraphes 10(2) et 14(2) de l'Accord.

15. Paragraphe 11.18 (5) de la LMC.

16. *Décret modifiant les paragraphes 11.18(3) et (4) de la Loi sur les marques de commerce*, C.P. 2004-430 Gaz. C. 2004 II 427 (DORS/2004-85).

afin de mettre en œuvre de façon graduelle, soit en trois étapes, les exigences de l'Accord.

La première étape du Décret, mise en œuvre le 22 avril 2004, nommément à la date d'entrée en vigueur du Décret, a éliminé de la LMC les noms génériques de vins « Bordeaux », « Chianti », « Claret », « Madeira », « Màlaga », « Marsala », « Medoc », « Médoc », « Mosel », « Moselle » et « Tokay »<sup>17</sup> ainsi que les noms génériques de spiritueux « ouzo » et « grappa ».

La deuxième étape du Décret, prévue pour le 31 décembre 2008, éliminera de la liste des noms génériques les indications « Burgundy », « Bourgogne », « Rhine », « Rhin », « Sauterne » et « Sauternes ».

Finalement, la dernière étape, qui est d'ailleurs celle qui comporte le plus de répercussions pour les viticulteurs canadiens, prévoit que seront supprimés de la liste des noms génériques, au 31 décembre 2013, les noms « Champagne », « Port », « Porto », « Sherry » et « Chablis ». Ainsi, à partir de cette date, il sera interdit d'utiliser sur les produits vendus au Canada des annotations telles que « Champagne canadien » ou « Chablis canadien ».

### 3.1.2 Engagements européens en vertu de l'Accord

En contrepartie des engagements canadiens pris en vertu de l'Accord, l'UE s'engage de son côté à protéger dans son territoire les indications géographiques des vins originaires du Canada, nommément « Fraser Valley », « Lake Erie North Shore », « Niagara Peninsula », « Okanagan Valley », « Pelee Island », « Similkameen Valley » et « Vancouver Island ». L'UE s'engage également à protéger les indications géographiques canadiennes « Canadian Rye Whisky » et « Canadian Whisky »<sup>18</sup>.

17. Il faut noter que même si l'Accord ne mentionne pas le nom « Tokay », lequel réfère à un vin principalement produit en Hongrie, celui-ci a tout de même été supprimé du paragraphe 11.18(3) de la LMC puisque lors de l'entrée en vigueur du Décret, la Hongrie allait accéder prochainement à l'UE. En effet, la Hongrie est officiellement entrée dans l'UE le 1<sup>er</sup> mai 2004.

18. Paragraphes 11(1) et 15(1) de l'Accord. Nous vous invitons à consulter le site de l'*Office de la propriété intellectuelle du Canada* à l'adresse Internet [http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrksv/cipo/tm/tm\\_list\\_date-f.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrksv/cipo/tm/tm_list_date-f.html) pour de plus amples détails sur ces indications géographiques canadiennes protégées.

Le Canada a par ailleurs obtenu d'importantes concessions de l'UE visant à simplifier le processus de certification pour l'exportation du vin canadien dans l'UE, mesures qui faciliteront de façon marquée l'accès des vins canadiens dans l'UE et qui stimuleront les exportations canadiennes<sup>19</sup>.

#### **4. Répercussions de l'Accord sur le marché canadien**

##### **4.1 Sur les producteurs canadiens**

Ces modifications précitées apportées à la LMC auront peu de répercussions économiques négatives sur les producteurs canadiens de vins et de spiritueux. À titre illustratif, après vérification du registre canadien des marques de commerce, seuls quelques producteurs canadiens commercialisent des vins et des spiritueux en employant des marques de commerce comportant des termes qui étaient, jusqu'à la signature de l'Accord, considérés comme étant génériques<sup>20</sup>.

Ainsi, ces producteurs canadiens, de même que tout autre producteur canadien utilisant sur ses étiquettes des noms de vins ou de spiritueux génériques, devront, après chacune des périodes de transition, cesser d'utiliser leurs marques de commerce ou annotations comportant des noms génériques, ce qui aura bien entendu des répercussions économiques pour ceux-ci, notamment reliées aux

---

19. Article 23 de l'Accord. Il faut noter que le Canada affichait au 5 mai 2004 un net déséquilibre au niveau des échanges commerciaux par rapport à l'UE. En effet, l'UE affichait des ventes de plus de 860 millions de dollars contre moins de 16 millions de dollars pour les vins et spiritueux canadiens. Voir à ce titre le *Résumé de l'impact de la réglementation*, C.P. 2004-430 Gaz. C. 2004 II 427 (DORS/2004-85).

20. Vincor International Inc. : FLEUR DE CHABLIS (LMC365,548) ; BRIGHTS HOUSE PORT (LMC272,911) ; CHÂTEAU-GAI IMPERIAL CANADIAN CHAMPAGNE & DESSIN (LMC328,786) ; BRIGHTS PRESIDENT CANADIAN CHAMPAGNE & DESSIN (LMC251,873) ; BRIGHT'S PRESIDENT CANADIAN CHAMPAGNE & DESSIN (LCD027,872) ; LONDON XXX CANADIAN PORT & DESSIN (LMC153,269) ; LONDON OXFORD CANADIAN SHERRY & DESSIN (LMC378,687) – Calona Wines Limited : « 35 » SHERRY (LMC226,840) – Les Services Administratifs C.M.D.D.C. Inc. : LE PORTO DES MAÎTRES (LMC582,678) ; BARRISTER'S PORT (LMC576,558) – Newfoundland Liquor Corporation : NEWMAN'S A PORT & DESSIN (LMC198,755) ; NEWMAN'S CELEBRATED PORT & DESSIN (LMC202,511) – Stella Pharmaceutical Canada (1994) Inc. : NEWMAN'S SPECIAL DIAMOND PORT & DESSIN (Terre-Neuve 000312) – Vincor (Québec) Inc. : VIN ST-GEORGES VIN BLANC TYPE SHERRY (LCD002,240).

nouvelles stratégies de commercialisation qui devront être développées, à l'enregistrement d'une nouvelle marque de commerce ou au ré-étiquetage des produits. Par exemple, les producteurs de « Champagne canadien » devront remplacer le nom de leurs produits par « vin mousseux canadien »<sup>21</sup>.

Par ailleurs, tel qu'il est indiqué dans le *Résumé de l'impact de la réglementation* publié dans la Gazette du Canada<sup>22</sup>, « comme la plupart des étiquettes de vins canadiens portent le nom de marques de commerce ou d'endroits du Canada et sont vendus sous le nom de la variété de cépage, il est fort probable que tout effet négatif sur la vente de vins canadiens soit minime et de courte durée ». Les producteurs canadiens affectés par les modifications apportées à la LMC devront néanmoins faire des campagnes publicitaires afin de promouvoir leurs produits et nouvelles marques de commerce auprès des consommateurs canadiens et de conserver leur part du marché au Canada.

#### **4.2 Sur les producteurs étrangers**

Il faut rappeler que les engagements pris par le Canada vertu de l'Accord et qui entraînent des modifications à la LMC s'appliquent à tous les producteurs de vins ou de spiritueux qui commercialisent des vins ou des spiritueux au Canada. Par conséquent, avec l'entrée en vigueur de l'Accord, certains producteurs étrangers se verront interdire la vente au Canada de leurs vins et spiritueux sur lesquels sont apposées des indications géographiques utilisées de façon générique, soit des noms comme « California Claret » ou « California Champagne ».

### **5. Conclusion**

Cet accord bilatéral entre le Canada et l'UE relatif au commerce des vins et des spiritueux s'inscrit dans cette tendance, née

---

21. Cependant, il est à noter qu'il existe un mécanisme dans l'Accord, lequel s'avère très complexe et d'application difficile, qui prévoit la possibilité pour le Canada de se soustraire aux paragraphes 10(2) et 14(2) de l'Accord, notamment dans le cas où une marque de commerce a été utilisée, déposée ou enregistrée de bonne foi avant le 1<sup>er</sup> janvier 1996, date d'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC au Canada ou avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine.

22. C.P. 2004-430 Gaz. C. 2004 II 427 (DORS/2004-85).

---

des pressions du « vieux continent », à mettre un frein au « généricide » des indications géographiques dans des marchés clés tels le Canada et les États-Unis. D'ailleurs, les vins et les spiritueux ne sont pas les seuls produits touchés. En effet, on devrait assister, dans les années à venir, à de vifs débats sous l'égide de l'OMC sur les questions entourant la protection plus grande devant être accordée aux indications géographiques portant sur des produits autres que les vins et les spiritueux<sup>23</sup>. Ainsi, l'utilisation du nom « Féta » pour du fromage fabriqué au Canada pourrait, dans un avenir rapproché, être également interdit...

---

23. À la suite de la quatrième conférence ministérielle de l'OMC tenue en novembre 2001 à Doha, au Qatar, les membres de l'OMC se sont entendus sur un ensemble de balises concernant les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC à des produits autres que les vins et les spiritueux et à l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et les spiritueux. Le Directeur général de l'OMC s'est engagé à procéder à des consultations et à faire rapport de ces consultations au Comité des négociations commerciales et au Conseil général de l'OMC au plus tard en mai 2005. Par la suite, le Conseil général examinera les progrès réalisés et prendra toute mesure appropriée au plus tard en juillet 2005.