Ce que toute entreprise agroalimentaire doit savoir à propos des nouvelles indications géographiques qui verront le jour le 21 septembre prochain

14 septembre 2017

Auteur

Isabelle Jomphe

Associée, Agent de marques de commerce Associée, et Avocate

Dans le cadre des négociations de l'Accord économique et commercial global (AECG) avec l'Europe, le Canada s'est engagé à modifier le régime de protection pour les indications géographiques (« IG »). Dans ce contexte, le Canada a également accepté de reconnaître et de protéger 179 nouvelles IG.

Ces nouvelles dispositions verront le jour le 21 septembre prochain. Que signifie cette nouvelle donnée pour les entreprises agroalimentaires? Doivent-elles changer leurs étiquettes, emballages et matériel promotionnel? Pour mieux comprendre ce qui s'en vient, voici un sommaire du nouveau régime et des exceptions applicables, suivi de recommandations.

NOUVEAU RÉGIME

1. Nouvelle définition : Autrefois limitée aux vins et spiritueux, le régime de protection des IG s'étendra désormais aux « produits agricoles ». Ainsi, des régions reconnues pour la production de produits tels que fromages, charcuteries, fruits et légumes pourront déposer une demande pour faire reconnaitre le nom de leur région à titre d'IG.

2. Nouvelles IG : La liste complète des nouvelles IG peut être consultée en cliquant sur le lien suivant : indications géographiques. Parmi ces IG, notons entre autres les plus connues :

Fromages : Feta, Gorgonzola, Parmagiano Reggiano, Pecorino Romano, Comté, Roquefort, Brie de Meaux, Morbier, Epoisses, Beaufort, Bleu d'Auvergne, Mozzarella di bufala Campana, Gouda Holland;
Charcuteries : Jambon de Bayonne, Prosciutto di Parma, Proscuitto di S. Daniele, Prosciutto Toscano, Prosciutto di Modena, Mortadella Bologna;

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Huiles, noix et olives : Huile d'olive Kalamata, Huile d'olive de Haute-Provence, Huile essentielle de Haute-Provence.

3. Interdiction : À moins de pouvoir invoquer une exception prévue dans la *Loi sur les Marques de Commerce*, il sera désormais interdit d'utiliser une IG (ou sa traduction) si :

le produit ne provient pas de ce lieu d'origine;
le produit provient du lieu d'origine, mais n'a pas été produit ou fabriqué selon les lois et règlements applicables sur ce territoire.

À noter : Cette interdiction s'applique uniquement aux IG inscrites sur la liste des IG. Ainsi, il sera toujours possible d'utiliser des termes tels que « parmesan », « pecorino », « mozzarella », « brie », « gouda », « mortadelle » ou « prosciutto ».

4. Autres interdictions : Il sera de plus interdit d'utiliser tout moyen qui indique ou suggère — dans la désignation ou la présentation des produits — que le produit provient d'une région autre que le véritable lieu d'origine, de manière à induire le public en erreur quant à l'origine du produit.

L'aspect visuel des emballages et du matériel promotionnel sera pris en compte pour déterminer si le public peut être induit en erreur quant à l'origine des produits. On peut penser ici aux illustrations de drapeaux, emblèmes et couleurs qui évoquent un lieu et qui peuvent créer une fausse impression quant à l'origine des produits.

À noter que ces interdictions s'appliquent même si la véritable origine du produit est indiquée sur l'emballage.

De plus, le fait d'ajouter des mentions telles que « genre », « type », « style », ou encore « imitation » ne sera pas un moyen de défense acceptable, à moins d'exceptions prévues à la loi.

5. Gestes interdits : La loi interdit non seulement la vente et la promotion de produits qui risquent de créer une fausse impression quant à l'origine des produits, mais aussi le fait de fabriquer, préparer, emballer, étiqueter ou importer de tels produits. C'est donc toute la chaine des intervenants impliqués dans la fabrication et la commercialisation des produits qui peut être à risque.

LES EXCEPTIONS

Plusieurs exceptions sont prévues à la loi et méritent d'être analysées attentivement.

1. Les marques de commerce : Les marques faisant l'objet d'une demande d'enregistrement, d'un enregistrement ou d'un usage de bonne foi en date du 21 septembre 2017 ne seront pas affectées par le nouveau régime. Cette exception pourra également être invoquée à l'égard de toute nouvelle indication géographique adoptée dans le futur.

2. Usage antérieur des termes Feta, Gorgonzola, Asagio, Fontina, Munster : Toute personne qui employait ces désignations à des fins commerciales avant le 18 octobre 2013 pourra continuer d'utiliser ces termes. Cette exception bénéficie aux ayants droit et cessionnaires.

Ces expressions pourront par ailleurs être employées si elles sont accompagnées de termes tels que « genre », « type », « style », « imitation », en autant que le lieu d'origine soit lisible et visible sur le produit.

3. Usage antérieur des termes jambon de Bayonne et Beaufort : Toute personne qui employait ces désignations à des fins commerciales, pendant au moins 10 ans avant le 18 octobre 2013, pourra continuer d'utiliser ces termes. Cette exception bénéficie aux ayants droit et cessionnaires.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

À noter que si l'usage antérieur date de moins de 10 ans, l'entreprise bénéficiera d'une période transitoire de 5 ans pour modifier son usage.

4. Jambon Forêt-Noire, parmesan, orange Valencia, bacon tyrolien, bière bavaroise, bière Munich, fromage St-George : Ces expressions peuvent être employées en vertu du nouveau régime en autant que cet emploi ne soit pas de nature à induire le public en erreur quant à l'origine des produits.

5. Traductions : Le nouveau régime n'a pas pour effet d'empêcher l'emploi d'une traduction d'une IG qui est identique à un terme usuel utilisé dans le langage courant comme nom d'un produit au Canada.

6. Recommandations :

Afin de se préparer à l'arrivée des nouvelles IG et de faire face à la concurrence, les entreprises agroalimentaires ont avantage à considérer les recommandations suivantes:

réviser la liste des 179 indications géographiques pour voir si votre entreprise utilise l'une ou l'autre de ces désignations;
faire l'inventaire des emballages et du matériel promotionnel comprenant des désignations géographiques;
vérifier si l'entreprise bénéficie d'exceptions;
documenter l'usage antérieur de désignations géographiques pour pouvoir invoquer les exceptions basées sur l'usage antérieur;
vérifier les chaînes de titre et s'assurer d'avoir des cessions écrites confirmant le transfert des droits;
évaluer la pertinence de déposer des demandes d'enregistrement pour toutes marques comprenant des références géographiques (incluant logo ou image évoquant un lieu);
mettre en place un système de surveillance pour s'opposer en temps opportun aux nouvelles demandes d'indications géographiques;
protéger ses propres désignations géographiques soit par le biais de (i) la marque de certification sous le régime de la *Loi sur les Marques de Commerce*, (ii) la *Loi sur les Appellations Réservées et Termes Valorisants* en vigueur au Québec et (iii) en vertu du nouveau régime de protection des IG lorsqu'il entrera en vigueur.

N'hésitez pas à contacter notre équipe pour toutes questions reliées aux indications géographiques et à la protection et la défense de vos marques de commerce.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.