



7 février 2019

(19-0744)

Page: 1/29

**Conseil des aspects des droits de propriété
intellectuelle qui touchent au commerce**

Original: anglais

**EXAMEN, CONFORMÉMENT À L'ARTICLE 24:2, DE L'APPLICATION DES
DISPOSITIONS DE LA SECTION DE L'ACCORD SUR LES ADPIC
RELATIVE AUX INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES**

RÉPONSES À LA LISTE DE QUESTIONS¹

NORVÈGE

Révision

Le présent document contient les réponses à la liste de questions que la délégation de la Norvège a fait parvenir au Secrétariat dans une communication datée du 7 novembre 2018.

A. GÉNÉRALITÉS

1. La protection des indications géographiques est-elle assurée par une loi sur la concurrence déloyale, par exemple délit de substitution et fausse désignation d'origine, par une procédure formelle de notification/d'enregistrement avant que la protection ne soit accordée, ou par l'une et l'autre? La reconnaissance d'une indication géographique exige-t-elle son enregistrement?

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées²:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement

¹ Documents IP/C/13 et IP/C/13/Add.1. Les quatre questions communiquées dans le document IP/C/13/Add.1 ont été ajoutées aux sections A, B et F de la liste de questions où elles figurent en tant que questions 7 a), 16 a), 16 b) et 46 a).

² Avertissement: Les traductions de la législation norvégienne ne sont pas officielles et sont présentées à des fins d'information uniquement. En cas de divergence entre la traduction et le texte authentique en norvégien, c'est ce dernier qui fait foi.

économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

- a) l'existence ou la nature du produit,
- b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des marchandises ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

- désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

- constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services."

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée par quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime *sui generis* pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type - Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

2. Existe-t-il un régime unique de protection des indications géographiques pour tous les produits? Dans la négative, indiquer les différents régimes.

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

...

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

- a) l'existence ou la nature du produit,
- b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des produits ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services."

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée par quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime sui generis pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type - Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

3. Le(s) régime(s) de protection des indications géographiques s'étend(ent)-il(s) aux services?

Les dispositions générales relatives à la protection prévues dans la Loi sur les marques et la Loi sur le contrôle de la commercialisation (voir la réponse à la question n° 1 plus haut) s'étendent aux services. Le régime sui generis d'enregistrement des indications géographiques ne s'étend pas aux services.

4. Quelles sont les dispositions des lois ou réglementations qui ont trait à la reconnaissance des indications géographiques prescrite par les articles 22:2 et 23:1 de l'Accord sur les ADPIC? Les lois devraient être citées et, si les textes des lois n'ont pas été notifiés à l'OMC, ils devraient l'être conformément à l'article 63:2.

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

...

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

- a) l'existence ou la nature du produit,
- b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des marchandises ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services."

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime sui generis pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type - Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

5. Si la reconnaissance des indications géographiques prescrite n'est pas prévue dans les lois ou réglementations, décrivez en détail le ou les mécanismes par lesquels la protection prescrite est assurée.

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

- a) l'existence ou la nature du produit,
- b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des marchandises ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services,".

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée par quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime sui generis pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type - Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

6. Prière de donner quelques exemples d'indications géographiques nationales qui sont protégées par les moyens susmentionnés et d'indiquer ceux par lesquels cette protection est assurée.

En novembre 2018, 29 produits alimentaires norvégiens avaient été certifiés conformément au régime sui generis norvégien en tant qu'IG, appellations d'origine ou désignations ayant un caractère traditionnel, y compris le "Pinnekjøtt" norvégien (agneau), le "Fenalår" norvégien; le "Stockfish des Îles Lofoten"; deux types de fromages locaux; des pommes, des cerises douces et des prunes (de Telemark ou de Hardanger); et des poires, du jus de pomme et du cidre (de Hardanger) ainsi que des navets de la Norvège du Nord.

7. Le niveau de protection plus élevé prescrit pour les vins et spiritueux en vertu de l'article 23:2 de l'Accord sur les ADPIC est-il assuré pour d'autres produits? Dans l'affirmative, prière d'indiquer ces produits et la loi en vertu de laquelle ils sont protégés.

Les indications géographiques pour les produits agricoles et alimentaires enregistrés au titre du système national jouissent d'une protection similaire à celle des IG pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:2 de l'Accord sur les ADPIC.

7 a). La Loi sur la propriété industrielle et/ou une loi connexe de votre pays interdisent-elles l'utilisation d'indications géographiques identifiant des vins ou des spiritueux pour des produits non originaires du lieu indiqué, par l'indication géographique, même dans les cas où la véritable origine des marchandises 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?

Oui, c'est ce que prescrit l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation; prière de voir la réponse à la question n° 1 plus haut.

B. DÉFINITION ET CRITÈRES DE RECONNAISSANCE

8. Comment les indications géographiques sont-elles définies?

La législation norvégienne ne comprend aucune définition générale des indications géographiques.

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) (le Règlement) établit les critères et procédures de certification des IG, des appellations d'origine et des désignations ayant un caractère traditionnel pour les produits agricoles et alimentaires conformément au régime spécifique de la Norvège.

9. Cette définition comprendrait-elle les indications géographiques identifiant les produits d'une certaine qualité ou réputation qui sont indirectement rattachés à une région spécifique?

Il doit y avoir un lien entre la région et le produit, et les prescriptions sont plus rigoureuses pour les appellations d'origine que pour les indications géographiques. Pour les spécialités traditionnelles, qui ne sont pas des IG, il n'est pas prescrit qu'il y ait un lien direct avec une région spécifique, dans la mesure où le produit est confectionné à l'aide d'ingrédients traditionnels ou au moyen de méthodes de fabrication traditionnelles.

10. Pour déterminer si la reconnaissance devrait être accordée à une indication géographique, quels critères sont pris en considération?

Conformément à l'article 5 du Règlement, une appellation d'origine protégée est

1. le nom d'une région ou d'un lieu spécifique;
2. employée pour désigner un produit alimentaire, qui provient d'une telle région ou d'un tel lieu; et
3. dont la qualité ou les propriétés sont dans une large mesure ou exclusivement déterminées par l'environnement géographique, y compris les facteurs naturels et humains; et
4. dont la confection, la transformation et la préparation se font à l'intérieur de la région géographique déterminée.

Les exceptions aux critères énoncés à l'article 5 figurent à l'article 6 du Règlement:

Une appellation non géographique peut néanmoins être protégée en tant qu'appellation géographique pour un produit alimentaire, si l'appellation est traditionnellement associée à une région ou un lieu spécifique. Les autres conditions énoncées à l'article 5 doivent être remplies.

Nonobstant les paragraphes 2, 3 et 4 de l'article 5, une appellation géographique peut être protégée en tant qu'appellation d'origine si la matière première du produit alimentaire provient d'une région qui est plus étendue que celle de la transformation ou qui est différente de celle-ci, à condition que:

1. la région de production de la matière première soit définie;
2. la condition spéciale relative à la production de la matière première s'applique;
3. il existe un mécanisme de contrôle garantissant que ces critères sont satisfaits; et
4. l'appellation soit traditionnelle et ait une réputation exceptionnelle.

Dans cette disposition, la matière première comprend des animaux vivants, de la viande et du lait.

L'indication géographique protégée est définie à l'article 7 du Règlement comme suit:

1. le nom d'une région ou d'un lieu spécifique;
2. employée pour désigner un produit alimentaire, qui provient d'une telle région ou d'un tel lieu;
3. qui possède une qualité spécifique, une notoriété ou d'autres propriétés caractéristiques, attribuables à son origine géographique; et
4. dont au moins une des étapes de sa confection, de sa transformation et de sa préparation s'effectue dans la région ou le lieu considéré.

Le régime applicable aux spécialités traditionnelles assure la protection des produits alimentaires ayant un caractère particulier. Il ne certifie pas que le produit alimentaire protégé a un lien avec une région géographique spécifique. Par conséquent, les spécialités traditionnelles ne sont pas des IG et n'entrent pas dans le champ du présent examen.

11. Y a-t-il créativité humaine dans l'élaboration de produits spécifiques bénéficiant de la protection conférée par le système d'indications géographiques? Dans l'affirmative, jusqu'à quel point? Ces produits font-ils appel à des facteurs humains?

Les facteurs humains peuvent être pertinents pour déterminer une appellation d'origine (voir la réponse à la question n° 10 ci-dessus). C'est au cas par cas qu'il faut déterminer jusqu'à quel point la créativité humaine intervient ou doit intervenir.

12. D'autres droits de propriété intellectuelle entrent-ils en ligne de compte, tels que les brevets par exemple?

D'autres droits de propriété intellectuelle n'entrent pas en ligne de compte. Des IG peuvent par défaut être protégées en vertu du système des marques du fait de l'utilisation de marques collectives ou de marques de garantie/de certification.

13. Quelle autorité, le cas échéant, peut définir la région ou la zone géographique pour laquelle des droits sont revendiqués et sur quelle base cette définition est-elle établie?

Le requérant doit définir la région géographique couverte par le droit revendiqué dans la demande d'enregistrement d'une IG ou d'une appellation d'origine au titre du régime norvégien. L'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments déterminera s'il a été démontré que les critères pour la protection sont satisfaits pour la région ou zone géographique faisant l'objet de la revendication.

14. Votre législation énonce-t-elle des critères pour les indications géographiques homonymes des vins?

Les règles relatives aux IG homonymes des vins énoncées dans le Règlement (UE) n° 1308/2013, article 100, et dans le Règlement (UE) n° 251/2014, article 17, s'appliquent également aux IG pour

les vins enregistrées au moyen du système de l'UE qui bénéficient d'une protection en Norvège en vertu de l'Accord sur l'EEE.

15. Votre législation nationale prévoit-elle la reconnaissance et la protection des indications géographiques ou des appellations d'origine de pays étrangers?

Oui, les indications géographiques de pays étrangers peuvent être protégées en les enregistrant au titre du régime *sui generis* pour la protection des IG et des appellations d'origine pour les produits alimentaires et elles bénéficieront alors du même niveau de protection que les indications norvégiennes. Les associations italiennes des producteurs de trois spécialités alimentaires ont demandé et obtenu une protection en Norvège pour le Prosciutto di Parma, le Parmigiano Reggiano et le Gorgonzola.

Par ailleurs, conformément aux dispositions de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et de la Loi sur les marques, les indications géographiques de pays étrangers peuvent bénéficier d'une protection couvrant entre autres l'usage de nature à induire en erreur.

16. Est-il prévu dans la législation/les réglementations/les règles/les procédures une prohibition spécifique visant les indications géographiques qui ne sont pas protégées dans le pays d'origine? Dans l'affirmative, prière d'indiquer la disposition légale applicable en l'espèce.

Non, une telle disposition n'existe pas en Norvège.

16 a). La Loi sur la propriété industrielle et/ou une loi connexe de votre pays établissent-elles une distinction claire entre les expressions "indication géographique", "appellation d'origine" et "indication de provenance", ou existe-t-il des critères précis pour les distinguer?

Il existe une distinction entre les expressions "indication géographique" et "appellation d'origine" pour les indications devant être protégées au titre du régime *sui generis* norvégien de protection des produits alimentaires, ainsi qu'au titre des systèmes de l'UE de protection des indications pour les vins et les spiritueux. Cependant, conformément aux dispositions générales de la Loi sur le contrôle de la commercialisation, par exemple, il n'existe pas de distinction entre ces expressions

16 b). Votre législation énonce-t-elle des critères, en ce qui concerne les indications géographiques homonymes pour les vins et les spiritueux?

Prière de voir la réponse à la question n° 14 plus haut concernant les vins. S'agissant des IG pour les spiritueux, ces critères découlent du Règlement (CE) n° 110/2008, article 19.

C. PROCÉDURE DE RECONNAISSANCE

17. S'agissant d'un système formel de reconnaissance des indications géographiques, le requérant doit-il être un organisme public ou une entité privée peut-elle être titulaire des droits sur une indication géographique?

Conformément à l'article 15 du Règlement, le requérant qui demande un droit sur un produit pour une IG ou une appellation d'origine ou le détenteur des droits sur une IG ou une appellation d'origine pour des produits alimentaires au titre du régime norvégien peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs, ou une personne morale (mais non un groupe). Dans le cas des nouvelles demandes d'enregistrement d'une IG ou d'une appellation d'origine, c'est le requérant qui doit lui-même produire, transformer ou distribuer le produit pour lequel une protection est demandée.

18. Quelles sont les autorités compétentes auprès desquelles la protection d'une indication géographique peut être obtenue?

C'est l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet) qui prend la décision d'accorder cette protection au titre du régime norvégien de protection des produits alimentaires.

19. Les procédures qui conduisent à la reconnaissance d'une indication géographique sont-elles engagées d'office ou doivent-elles être engagées à l'initiative d'une entité ou d'une personne?

Les procédures doivent être engagées par le groupe ou l'entité qui cherche à obtenir une protection et ne peuvent pas l'être d'office.

Toute personne a le droit de demander à être habilitée à utiliser une appellation protégée.

20. Quelles sont, le cas échéant, les taxes à acquitter pour demander à obtenir et pour maintenir des droits sur une indication géographique?

En novembre 2018, les droits à acquitter pour le traitement d'une demande visant l'obtention d'un droit sur un nouveau produit comportant une appellation d'origine, une appellation géographique ou une spécialité traditionnelle étaient de 33 940 couronnes. Les mêmes droits s'appliquent pour obtenir l'autorisation d'utiliser cette appellation en vertu de l'existence d'un droit sur un produit.

21. Si des critères doivent être énoncés dans une demande de reconnaissance d'une indication géographique, ces critères sont-ils purement géographiques?

Conformément à l'article 9 du Règlement, la demande de reconnaissance d'une IG ou d'une appellation d'origine doit comprendre:

1. la désignation du produit alimentaire, y compris l'IG ou l'appellation d'origine;
2. une description du produit alimentaire comprenant des renseignements sur les matières premières, les propriétés physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques les plus importantes du produit;
3. une définition de la région géographique accompagnée de renseignements démontrant que les critères énoncés à l'article 6 [voir la question n° 10 plus haut] sont satisfaits;
4. des renseignements démontrant que le produit alimentaire provient de la région géographique désignée (cf. articles 5 ou 7) [voir la question n° 10 plus haut];
5. une description de la méthode employée pour confectionner le produit alimentaire et, s'il y a lieu, des renseignements sur la méthode traditionnelle originale employée dans cette région. L'emballage du produit doit être décrit si le requérant peut démontrer qu'il est essentiel pour assurer la qualité du produit alimentaire et sa traçabilité, et pour prouver que ledit emballage a été contrôlé dans la région géographique désignée;
6. la liste des facteurs confirmant le lien avec l'environnement géographique ou l'origine géographique (cf. articles 5 ou 7); et
7. un projet d'étiquetage du produit.

22. Quels autres critères, le cas échéant, doivent être énoncés dans une demande de reconnaissance d'une indication géographique?

Conformément à l'article 9 du Règlement, la demande de reconnaissance d'une IG ou d'une appellation d'origine doit comprendre:

1. la désignation du produit alimentaire, y compris l'IG ou l'appellation d'origine;
2. une description du produit alimentaire comprenant des renseignements sur les matières premières, les propriétés physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques les plus importantes du produit;
3. une définition de la région géographique accompagnée de renseignements démontrant que les critères énoncés à l'article 6 [voir la question n° 10 plus haut] sont satisfaits;
4. des renseignements démontrant que le produit alimentaire provient de la région géographique désignée (cf. articles 5 ou 7) [voir la question n° 10 plus haut];
5. une description de la méthode employée pour confectionner le produit alimentaire et, s'il y a lieu, des renseignements sur la méthode traditionnelle originale employée dans cette région. L'emballage du produit doit être décrit si le requérant peut démontrer qu'il est essentiel pour assurer la qualité du produit alimentaire et sa traçabilité, et pour prouver que ledit emballage a été contrôlé dans la région géographique désignée;
6. la liste des facteurs confirmant le lien avec l'environnement géographique ou l'origine géographique (cf. articles 5 ou 7); et
7. un projet d'étiquetage du produit.

23. Quels renseignements doivent être communiqués dans une demande visant à obtenir des droits sur une indication géographique?

L'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet) délivre l'autorisation d'utiliser une IG ou une appellation d'origine. Le producteur/requérant demandant l'autorisation doit démontrer que les conditions associées au droit détenu sur le produit sont remplies.

24. Les marchandises ou les services pour lesquels une indication géographique est demandée doivent-ils être indiqués?

L'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet) délivre l'autorisation d'utiliser une IG ou une appellation d'origine. Le producteur/requérant demandant l'autorisation doit démontrer que les conditions associées au droit détenu sur le produit sont remplies.

25. Quels mécanismes sont prévus pour faire opposition à la reconnaissance d'une indication géographique? Comment une enquête est-elle menée après le dépôt d'une telle plainte?

Conformément à l'article 20 du Règlement, toute personne peut faire opposition par écrit à l'enregistrement d'un droit sur un produit pour la protection d'une IG ou d'une appellation d'origine dans les trois mois suivant la publication de la demande. C'est l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments qui mène l'enquête après le dépôt d'une telle plainte.

26. Qui peut faire opposition à la reconnaissance d'une indication géographique?

Conformément à l'article 20 du Règlement, toute personne peut faire opposition par écrit à l'enregistrement d'un droit sur un produit pour la protection d'une IG ou d'une appellation d'origine dans les trois mois suivant la publication de la demande. C'est l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments qui mène l'enquête après le dépôt d'une telle plainte.

27. Si votre législation nationale prévoit la reconnaissance et la protection des indications géographiques ou des appellations d'origine de pays étrangers, quelle est la procédure à suivre pour obtenir cette reconnaissance et la protection qui en résulte?

La procédure à suivre pour les IG de pays étrangers pour des produits alimentaires est la même que pour les IG nationales. Les IG doivent être enregistrées au titre du régime d'enregistrement national. Pour les vins et les spiritueux, les indications enregistrées dans les systèmes de l'UE bénéficient de la même protection en Norvège également.

D. MAINTIEN DES DROITS**28. Pendant combien de temps dure la reconnaissance d'une indication géographique?**

La durée de la protection est illimitée.

29. Si la reconnaissance d'une indication géographique doit être renouvelée ou confirmée, quels renseignements doivent être fournis pour ce renouvellement ou cette confirmation? Prière d'indiquer, le cas échéant, les taxes à acquitter pour le renouvellement ou la confirmation.

s.o.

30. Une indication géographique doit-elle être utilisée pour que les droits soient maintenus? Dans l'affirmative, comment cette utilisation est-elle déterminée?

Conformément à la législation norvégienne, il n'y a aucune obligation d'utiliser une IG ou une appellation d'origine.

31. Y a-t-il une limite spécifiée en ce qui concerne la non-utilisation avant que les droits sur une indication géographique ne s'éteignent et, dans l'affirmative, quelle est-elle?

Conformément à la législation norvégienne, il n'y a aucune obligation d'utiliser une IG ou une appellation d'origine.

32. Qui contrôle l'utilisation de l'indication géographique pour déterminer s'il continue d'être satisfait aux critères définis dans la demande?

C'est l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments qui contrôle l'utilisation des IG et des appellations d'origine enregistrées au titre du régime norvégien (cf. article 25 du Règlement).

33. Si c'est une entité gouvernementale qui est chargée de contrôler l'utilisation des indications géographiques, quelles procédures suit-elle à cet effet?

Ce sont les services régionaux de l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments qui contrôlent l'utilisation des IG et des appellations d'origine (cf. article 25 du Règlement).

34. Existe-t-il des moyens qui permettent aux parties intéressées de demander que les droits sur une indication géographique ne soient plus maintenus au motif qu'elle n'est pas utilisée ou qu'il n'est plus satisfait aux critères définis dans la demande? Prière de décrire la procédure.

Le non-maintien des droits pour non-utilisation ne s'applique pas.

Sous réserve de l'article 21 du Règlement, une partie intéressée peut demander aux tribunaux ou à l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet) de déclarer invalide le droit détenu sur un produit enregistré au titre du régime norvégien, s'il n'a pas été satisfait aux conditions à remplir pour enregistrer l'IG ou aux prescriptions associées au droit sur le produit.

La demande doit être présentée par écrit à l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments et être étayée.

La demande sera traitée par les tribunaux conformément aux règles générales du droit procédural civil.

35. Les procédures qui conduisent à la déchéance d'un droit sur une indication géographique sont-elles engagées d'office ou doivent-elles être engagées à l'initiative d'une entité ou d'une personne?

La procédure qui peut conduire à la déchéance du droit détenu sur un produit pour une IG ou une appellation d'origine enregistrée au titre du régime norvégien doit être engagée par une partie intéressée et ne le sera pas d'office.

L'autorisation accordée pour utiliser une IG ou une appellation d'origine peut être retirée par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments si l'utilisateur ne satisfait plus aux critères associés au droit détenu sur le produit ou aux critères énoncés dans le Règlement (cf. article 22 du Règlement). L'autorisation peut être révisée si le droit détenu sur le produit est modifié ou annulé.

E. PORTÉE DES DROITS ET UTILISATION

36. Toute personne qui satisfait aux critères fixés pour obtenir la reconnaissance d'une indication géographique peut-elle utiliser cette indication géographique après qu'elle a été reconnue, ou doit-elle satisfaire à des critères additionnels ou suivre des procédures additionnelles avant d'être autorisée à l'utiliser?

Toute personne qui satisfait aux critères peut utiliser une IG ou une appellation d'origine enregistrée au titre du régime norvégien, mais seulement après que l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments l'aura autorisée à l'utiliser.

37. Qui établit la détermination concernant l'utilisation d'une indication géographique par des parties, l'entité chargée de la reconnaissance ou l'entité qui a obtenu la reconnaissance?

C'est l'entité responsable de la reconnaissance, à savoir l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments, qui établit la détermination.

38. Des taxes doivent-elles être acquittées pour obtenir l'autorisation d'utiliser une indication géographique particulière et, dans l'affirmative, quelles sont-elles et comment sont-elles établies?

Les droits à acquitter pour obtenir l'autorisation d'utiliser une IG ou une appellation d'origine étaient de 33 940 couronnes en novembre 2018 (cf. article 27 du Règlement).

39. S'il y a un différend au sujet de l'utilisation d'une indication géographique par une partie, quelles procédures sont suivies pour le régler?

Tout différend au sujet de l'utilisation d'une indication géographique par une partie doit être réglé par les parties conformément aux règles générales du droit procédural civil.

40. Les utilisateurs autorisés d'une indication géographique doivent-ils utiliser cette indication géographique de manière continue pour conserver le droit de l'utiliser et, dans l'affirmative, comment l'utilisation est-elle déterminée et pendant combien de temps la non-utilisation est-elle permise?

Il n'y a aucune obligation d'utiliser l'indication géographique pour conserver le droit de l'utiliser.

41. S'il y a un différend au sujet de la continuité de l'utilisation par une partie, comment est-il réglé?

s.o.

42. Le régime de protection des indications géographiques autorise-t-il l'octroi de licences pour des indications géographiques et, dans l'affirmative, quelles conditions sont imposées pour l'octroi de ces licences? Si ces conditions ne sont pas remplies, quel effet cela a-t-il sur l'indication géographique?

Il n'y a pas de dispositions spécifiques relatives à l'octroi de licences pour les IG et les appellations d'origine. Toute personne peut utiliser une IG ou une appellation d'origine au titre d'un droit existant sur un produit dans la mesure où les conditions sont remplies, après avoir obtenu l'autorisation de l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments. Le droit d'utiliser l'IG/l'appellation d'origine dépend du producteur particulier qui a demandé l'autorisation, et ce droit n'est donc pas cessible et ne peut pas être attribué au moyen d'une licence.

43. Comment le principe de l'"antériorité de l'utilisation" d'une indication géographique, au sens de l'article 24:4 de l'Accord sur les ADPIC, est-il appliqué dans votre pays?

Nous ne pensons pas que cette question est pertinente dans le cas de la Norvège, car nous n'avons connaissance d'aucune IG pour les vins ou les spiritueux d'un autre Membre qui aurait été utilisée de manière continue en Norvège pendant 10 ans avant le 15 avril 1994.

F. RAPPORT AVEC LES MARQUES DE FABRIQUE OU DE COMMERCE

44. Quelles dispositions sont prises pour assurer que, en reconnaissant une indication géographique, les obligations énoncées à l'article 16:1 de l'Accord sur les ADPIC ne soient pas annulées ni amoindries?

En vertu du droit norvégien, nous appliquons généralement le principe suivant lequel la personne qui est la première à établir des droits sur un signe distinctif a préséance (*prior tempore, potior jure*). Ainsi, si les droits sur une marque de fabrique ou de commerce ont été établis avant les droits sur une IG, c'est la marque de fabrique ou de commerce qui prévaut.

45. Quelles dispositions sont prises pour assurer que, en reconnaissant une indication géographique, les obligations énoncées à l'article 16:2 et 16:3 de l'Accord sur les ADPIC ne soient pas annulées ni amoindries?

Prière de vous reporter à la réponse à la question n° 44 au sujet du principe qui y est mentionné.

46. Quelles procédures sont prévues en cas de conflit entre une indication géographique et une marque de fabrique ou de commerce?

L'article 18 du Règlement comprend des dispositions qu'il faut appliquer en cas de conflit entre une IG et une marque de fabrique ou de commerce postérieure (voir aussi l'article 16 e) de la Loi sur les marques). La demande d'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui entre en conflit avec une IG déjà protégée au titre du droit détenu sur un produit sera refusée. Il en est de même pour les IG pour les vins et les spiritueux qui sont protégées au titre des systèmes d'enregistrement de l'UE assurant une protection en Norvège.

Si l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce entraine en conflit avec le droit détenu sur une IG antérieure, le détenteur de l'IG devrait y remédier en engageant devant les tribunaux des poursuites pour infraction ou des poursuites fondées sur la législation sur la concurrence déloyale.

Dans le cas d'une marque de fabrique ou de commerce antérieure, c'est l'article 19 du Règlement qui s'applique. Une IG/appellation d'origine ne peut pas être enregistrée si, en raison de la réputation ou de l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce ou d'une marque collective, elle est susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. Par ailleurs, une IG/appellation d'origine ne peut pas être enregistrée si une marque de fabrique ou de commerce ou une marque collective déjà enregistrée

- est identique à l'IG/l'appellation d'origine;
- est protégée pour le même produit alimentaire ou pour un produit alimentaire similaire;
- peut induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit alimentaire; et
- est enregistrée ou a fait l'objet d'une demande d'enregistrement avant la date de réception d'une demande de protection d'une IG/appellation d'origine conformément au Règlement

En outre, si l'utilisation d'une IG portait atteinte aux droits sur une marque de fabrique ou de commerce antérieure, il faudrait évaluer la situation au regard des dispositions de la législation générale sur les marques de fabrique ou de commerce relatives au risque de confusion, etc., au titre de l'article 4 de la Loi sur les marques, et il y serait remédié par les tribunaux dans le cadre de poursuites.

46 a). La Loi sur la propriété industrielle et/ou une loi connexe de votre pays prévoient-elles le refus ou l'invalidation de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui est constituée par des indications géographiques identifiant des vins ou des spiritueux ou qui contient de telles indications, pour d'autres vins ou spiritueux qui ne sont pas originaires du territoire indiqué?

Oui, voir la réponse à la question n° 1 plus haut, qui fait référence à l'article 15 de la Loi sur les marques

G. MOYENS DE FAIRE RESPECTER LES DROITS

47. Quels sont les moyens disponibles pour faire valoir un droit sur une indication géographique? Des dispositions sont-elles prévues dans la législation sur la concurrence déloyale? Dans la législation sur les marques? Dans d'autres lois? Prière de citer ces lois et, si elles n'ont pas été notifiées conformément à l'article 63:2 de l'Accord sur les ADPIC, d'en communiquer des exemplaires.

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

...

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

- a) l'existence ou la nature du produit,
- b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

...

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des produits ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services,".

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son

usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée par quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime *sui generis* pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type – Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

L'article 18 du Règlement comprend des dispositions qu'il faut appliquer en cas de conflit entre une IG et une marque de fabrique ou de commerce postérieure (voir aussi l'article 16 e) de la Loi sur les marques). La demande d'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui entre en conflit avec une IG déjà protégée en vertu du droit détenu sur un produit sera refusée. Il en est de même pour les IG pour les vins et les spiritueux qui sont protégées au titre des systèmes d'enregistrement de l'UE assurant une protection en Norvège.

Si l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce entraine en conflit avec le droit détenu sur une IG antérieure, le détenteur de l'IG devrait y remédier en engageant devant les tribunaux des poursuites pour infraction ou des poursuites fondées sur la législation sur la concurrence déloyale.

Dans le cas d'une marque de fabrique ou de commerce antérieure, c'est l'article 19 du Règlement qui s'applique. Une IG/appellation d'origine ne peut pas être enregistrée si, en raison de la réputation ou de l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce ou d'une marque collective, elle est susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit. Par ailleurs, une IG/appellation d'origine ne peut pas être enregistrée si une marque de fabrique ou de commerce ou une marque collective déjà enregistrée

- est identique à l'IG/l'appellation d'origine;
- est protégée pour le même produit alimentaire ou pour un produit alimentaire similaire;
- peut induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit alimentaire; et
- est enregistrée ou a fait l'objet d'une demande d'enregistrement avant la date de réception d'une demande de protection d'une IG/appellation d'origine conformément au Règlement

En outre, si l'utilisation d'une IG portait atteinte aux droits sur une marque de fabrique ou de commerce antérieure, il faudrait évaluer la situation au regard des dispositions de la législation générale sur les marques de fabrique ou de commerce relatives au risque de confusion, etc., au titre de l'article 4 de la Loi sur les marques, et il y serait remédié par les tribunaux dans le cadre de poursuites.

Tout utilisateur légitime d'une IG/appellation d'origine au titre du Règlement est habilité à faire valoir un droit sur une IG/appellation d'origine. Un groupe peut, au nom des utilisateurs légitimes d'une IG/appellation d'origine qu'il représente, faire valoir un droit sur l'appellation protégée et réclamer le paiement de tous dommages-intérêts en réparation du dommage subi par les utilisateurs légitimes (cf. article 27 a) du Règlement).

48. Qui est habilité à faire valoir un droit sur une indication géographique?

Tout utilisateur légitime d'une IG/appellation d'origine au titre du Règlement est habilité à faire valoir un droit sur une IG/appellation d'origine. Un groupe peut, au nom des utilisateurs légitimes d'une IG/appellation d'origine qu'il représente, faire valoir un droit sur l'appellation protégée et réclamer le paiement de tous dommages-intérêts en réparation du dommage subi par les utilisateurs légitimes (cf. article 27 a) du Règlement).

49. À quels organes judiciaires ou administratifs peut-on s'adresser pour faire valoir un droit sur une indication géographique? Y a-t-il des taxes à acquitter et, dans l'affirmative, quelles sont-elles?

Les différends portant sur des IG/appellation d'origine sont traités par les tribunaux. La partie plaignante doit acquitter des frais de justice conformément à la Loi sur les honoraires judiciaires (voir à l'adresse suivante: <https://www.domstol.no/en/Civil-case/costs/Court-fee/>). Il peut aussi être enjoint à la partie perdante de payer les frais de l'autre partie.

50. Le public doit-il être informé de l'existence d'une indication géographique et, dans l'affirmative, comment et avec quelle fréquence?

Tous les nouveaux règlements établissant une indication géographique ou une appellation d'origine au titre du régime *sui generis* norvégien sont publiés dans le Journal officiel norvégien sur les marques: "<https://www.patentstyret.no/en/services/trademarks/norwegian-official-trademarks-gazette/>"

Les IG et les appellations d'origine sont aussi publiées sur le site Web de l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet) après leur enregistrement (en norvégien seulement): <https://www.matmerk.no/no/beskyttedebetegnelser/godkjente-produkter>.

51. L'utilisation non autorisée d'une indication géographique fait-elle l'objet d'une action pénale et, dans l'affirmative, prière de décrire les procédures. Si la législation n'a pas été notifiée conformément à l'article 63:2 de l'Accord sur les ADPIC, prière d'en communiquer un exemplaire.

Oui, l'utilisation non autorisée d'une IG ou d'une appellation d'origine peut faire l'objet d'une action pénale (voir l'article 28 du Règlement et l'article 28 de la Loi sur la sécurité sanitaire des aliments). Il n'est pas prévu de procédures spécifiques pour les actions pénales concernant des IG. Ce sont les règles procédurales générales du Code pénal et de la Loi sur la procédure pénale qui s'appliquent. Nous n'avons pas connaissance d'actions pénales ayant été engagées au sujet d'IG.

H. ACCORDS INTERNATIONAUX

52. Votre gouvernement est-il partie à un accord international, y compris bilatéral ou plurilatéral, relatif à la notification et/ou à l'enregistrement des indications géographiques? Dans l'affirmative, prière de désigner l'accord international et d'expliquer le rapport qu'il y a entre cet accord et votre législation nationale.

La Norvège est partie à la Convention internationale sur l'emploi des appellations d'origine et dénominations de fromages, faite à Stresa le 1^{er} juin 1951.

En Norvège, la protection des indications géographiques est assurée au titre de la législation sur la concurrence déloyale et au moyen d'une procédure formelle d'enregistrement. La reconnaissance d'une indication géographique n'exige pas forcément l'enregistrement de celle-ci, mais l'utilisation d'un système d'enregistrement peut renforcer la protection qui lui est conférée. Les indications géographiques sont protégées, comme le prescrit l'article 22:2 et 22:3 de l'Accord sur les ADPIC, par la Loi sur le contrôle de la commercialisation (2009) et la Loi sur les marques (2010).

Conformément à la Loi sur le contrôle de la commercialisation, les consommateurs sont protégés par les articles 6 et 7 contre les pratiques commerciales déloyales et trompeuses et les actes susceptibles d'induire en erreur. Les dispositions de ces articles sont ainsi libellées:

"Article 6. Pratiques commerciales déloyales

Il est interdit de se livrer à des pratiques commerciales déloyales.

Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux bonnes pratiques commerciales à l'égard des consommateurs et est susceptible de fausser significativement le comportement économique des consommateurs, les amenant à prendre des décisions qu'ils n'auraient par ailleurs pas prises.

Une pratique commerciale est toujours déloyale si elle est trompeuse au sens de l'article 7 ou de l'article 8, ou si elle est agressive au sens de l'article 9.

..."

"Article 7. Actes susceptibles d'induire en erreur

Il sera considéré qu'une pratique commerciale est de nature à induire en erreur si elle contient de faux renseignements et est, par conséquent, mensongère, ou si elle est par ailleurs susceptible de tromper les consommateurs en ce qui concerne un ou plusieurs des éléments suivants:

a) l'existence ou la nature du produit,

b) les principales caractéristiques du produit, telles que la disponibilité du produit, ses avantages ou ses risques, la production, la quantité, la composition, les spécifications, les accessoires, l'origine, la méthode et date de fabrication du produit ou la fourniture du produit, sa livraison, son utilisation ou aptitude à l'usage, les résultats escomptés de son utilisation, les tests ou vérifications menés sur le produit, ou le service après-vente et le traitement des plaintes.

...

La pratique ne sera néanmoins considérée comme étant de nature à induire en erreur que si elle est susceptible d'amener les consommateurs à prendre une décision économique qu'ils n'auraient par ailleurs pas prise.

Il sera également considéré comme de nature à induire en erreur toute commercialisation d'un produit, y compris la publicité comparative, qui crée la confusion avec le produit ou une marque commerciale, un nom commercial ou une autre marque distinctive d'un concurrent."

Les intérêts des négociants sont protégés par les articles 25 et 26 de la Loi sur la commercialisation, qui sont ainsi libellés:

"Article 25. Bonnes pratiques commerciales

Il ne sera accompli au cours d'opérations commerciales aucun acte qui est contraire aux bonnes pratiques commerciales entre négociants.

Section 26. Méthodes commerciales susceptibles d'induire en erreur

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit de faire une déclaration erronée ou par ailleurs de nature à induire en erreur qui est susceptible d'influer sur la demande ou l'offre de marchandises, de services ou d'autres produits. Dans le présent chapitre, le terme "déclaration" s'entend de toute forme d'annonces ou d'indications faites oralement, par écrit ou autrement, y compris par conséquent des descriptions, des illustrations, des démonstrations, la forme, taille ou type de l'emballage, etc.

..."

Conformément à la procédure d'enregistrement des marques, l'article 14 de la Loi sur les marques porte sur les indications géographiques. Cette disposition est ainsi libellée:

"Article 14. Conditions générales d'enregistrement

Une marque à enregistrer est constituée par un signe qui peut être protégé au titre de l'article 2 et qui peut être représenté de manière graphique. Elle possède un caractère distinctif en tant que signe des produits ou services concernés.

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle est constituée exclusivement, ou uniquement moyennant des modifications ou des ajouts, par des signes ou indications qui:

désignent le type, la qualité, la quantité, l'usage projeté, la valeur ou l'origine géographique des marchandises ou services, le moment de la production des marchandises ou de la fourniture des services, ou d'autres caractéristiques des marchandises ou services, ou

constituent des désignations habituelles des marchandises ou services selon l'usage linguistique normal ou la pratique commerciale loyale établie.

Les conditions énoncées aux paragraphes 1 et 2 sont remplies à la date de la demande et à la date de l'enregistrement. Au moment d'évaluer une proposition de marque conformément au paragraphe 1, deuxième phrase, et au paragraphe 2, il est nécessaire de prendre en considération toutes les circonstances qui existaient à la date de la demande, en particulier les effets de l'usage de la marque avant cette date.

Une marque qui est utilisée dans une entreprise industrielle ou commerciale pour désigner l'origine géographique d'un produit ou service peut, nonobstant l'alinéa a) du paragraphe 2, être enregistrée en tant que marque collective."

Il existe une disposition interdisant l'enregistrement des marques de nature à induire en erreur à l'article 15 ci-après:

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

Une marque ne peut pas être enregistrée si elle:

...

2. est susceptible d'induire en erreur, par exemple quant à la nature, la qualité ou l'origine géographique des marchandises ou services,".

Il peut être interdit d'utiliser une indication géographique dans une marque dans le but d'induire en erreur, conformément à l'article 10 de la Loi sur les marques:

"Article 10. Marques de nature à induire en erreur, etc.

Si une marque est d'une nature telle qu'elle induit en erreur ou si son détenteur, ou toute autre personne sans le consentement dudit détenteur de la marque, en fait un usage qui est susceptible d'induire en erreur, un tribunal peut interdire l'usage de la marque ou des formes de son usage qui sont considérées être de nature à induire en erreur et peut rendre les autres injonctions qui sont jugées nécessaires.

Les actions en justice prévues au premier paragraphe peuvent être engagées par l'Office norvégien de la propriété industrielle et par toute personne ayant un intérêt juridique à le faire."

La protection spéciale prescrite pour les vins et les spiritueux au titre de l'article 23:1 et 23:2 de l'Accord sur les ADPIC figure à l'article 31 de la Loi sur le contrôle de la commercialisation et à l'article 15, deuxième paragraphe, de la Loi sur les marques. Ces dispositions sont ainsi libellées:

LOI SUR LE CONTRÔLE DE LA COMMERCIALISATION

"Article 31. Application d'indications géographiques erronées aux vins et spiritueux

Au cours d'opérations commerciales, il sera interdit d'appliquer une indication géographique à un vin ou spiritueux qui ne provient pas du lieu géographique désigné par l'indication. Cette interdiction s'appliquera même si le véritable lieu d'origine est aussi mentionné, ou si l'indication géographique a été traduite ou est accompagnée d'une mention telle que "genre", "type", "imitation", ou terme ou expression similaire."

LOI SUR LES MARQUES

"Article 15. Marques qui sont contraires à l'intérêt public

...

Pour les vins et les spiritueux, il n'est pas admissible d'enregistrer une marque qui contient ou est constituée par quoi que ce soit qui est susceptible d'être assimilé à une indication géographique de l'origine, sauf si l'origine géographique des marchandises est conforme à l'indication."

La Norvège a adopté un régime *sui generis* pour la protection des indications géographiques, des appellations d'origine et des spécialités traditionnelles pour les produits agricoles et alimentaires, qui accorde aux indications géographiques qui satisfont aux critères établis accorde une protection supérieure à celle prévue par l'Accord sur les ADPIC. Le fondement juridique de ce régime figure à l'article 30 de la Loi sur la production et la sécurité sanitaire des produits alimentaires (2003).

Le Règlement n° 698 du 5 juillet 2002 (tel que modifié) établit les critères et procédures de certification des indications géographiques (IG) et des appellations d'origine (ainsi que des spécialités traditionnelles pour les produits alimentaires) (autres que les eaux, les vins et les spiritueux). La décision d'accorder cette protection est prise par l'Autorité norvégienne de sécurité sanitaire des aliments (Mattilsynet). Le demandeur, qui peut être un groupe de producteurs primaires et/ou de transformateurs ou une personne morale (mais pas un groupe), devient alors le détenteur de l'indication ou de l'appellation enregistrée. Le système est géré par la Fondation norvégienne pour les marques alimentaires (Matmerk) depuis 2007. Bien que les délais varient, il faut en moyenne 18 mois pour traiter une demande.

La Norvège ne participe pas aux systèmes d'enregistrement de l'UE pour les produits agricoles et les produits alimentaires car l'agriculture n'entre pas dans le champ de l'Accord sur l'EEE. Il est donc nécessaire de procéder à l'enregistrement dans le système de l'UE, ainsi que dans le système national de la Norvège, pour bénéficier d'une protection contre l'usage abusif, les imitations, etc. sur les deux marchés. Deux spécialités norvégiennes ("Fenalår de la Norvège" et "Stockfish des Îles Lofoten") ont été certifiées en tant qu'IG dans l'Union européenne et y bénéficient donc de la même protection que les produits enregistrés des États membres de l'UE.

Les systèmes de l'UE destinés à protéger les IG pour le vin, les spiritueux et les boissons aromatisées ont, par ailleurs, été incorporés dans l'Accord sur l'EEE et elles bénéficient donc de la même protection en Norvège et dans l'Union européenne. La Norvège compte deux IG de ce type – Norsk Akevitt (aquavit norvégien) et Norsk Vodka (vodka norvégienne)."

53. Quels autres accords internationaux, le cas échéant, ont été conclus? Que prévoient-ils?

s.o.
