

## Les terroirs : *variae causarum figurae*

J. AUDIER

*Faculté de droit et de science politique d'Aix-Marseille*  
3, avenue R. Schuman 13628 Aix en Provence cedex 1

Le juriste se sent intrus pour parler des terroirs. Il regarde la presse et essaye de comprendre. On peut y lire à propos de la fête de la cuisine du 30 mai 1996 qui "...met en valeur des produits dont la qualité dépend d'un terroir", que le Camembert du pays d'Auge est le seul à être protégé, je pensais au camembert de Normandie, que 80 % de la feta grecque est fabriquée aux Pays Bas, je croyais que c'était au Danemark, et que la Communauté européenne protège les indications géographiques de provenance IGP, sans doute une catégorie nouvelle remplaçant les indications géographiques protégées (1). J'ai appris aussi que les distributeurs redemandent des produits du terroir car "ils viennent brouiller les cartes dans la partie engagée avec les grandes marques". Carrefour a ses "Terroirs et tiroirs", Prisunic son "Vent d'Ouest", Intermarché "Les bouquets du terroir", Monoprix "Les terroirs de France" (2), Promodés et sa marque "Reflets de France" pour les hypermarchés "Continent" (3). Dans le même temps on affirme que "Le terme est un simple nom commun. Improtégeable et donc improtégé" (4).

Certes le vin et le terroir restent encore très majoritairement liés pour les consommateurs, mais au rythme actuel, le terroir non viticole risque la dépréciation rapide et le terroir viticole la banalisation par osmose.

La publicité n'est pas en reste. Un dépliant décrit un produit comme un "grand cru" issu d'un "terroir exceptionnel", l'un des "cent sites remarquables du goût", auquel s'ajoute le "savoir faire de l'homme", et continue encore "Les différents cépages sont pour nous les nombreuses plantes et épices que nous utilisons..". Il s'agit d'une boisson spiritueuse anisée(5).

Pour brouiller encore les cartes citons la campagne publicitaire estivale d'un vin sur "un positionnement original" grâce au slogan "Son terroir, c'est la mer" (6).

Opérant un repli stratégique consécutif à l'effroi le juriste regarde avec attention l'objet habituel de ses réflexions : les textes. Les textes français et naturellement les textes communautaires et aussi quelques sources internationales. A quelques exceptions près, d'importance très modeste, les textes n'emploient jamais ou presque le vocable terroir. Terroir est un vocable utilisé, éventuellement, par les juristes, mais ce n'est pas un vocable à signification juridique (7).

On se tourne alors vers les études scientifiques consacrées au(x) terroir(s). Aux yeux d'un juriste le contenu de la notion scientifique de terroir est évolutif mais avec un objectif de caractérisation pratiquement unique qui est la délimitation d'une "...aire de production.." pour le droit français (8), une "...région déterminée.." ou une "...aire géographique.." dans le droit communautaire (9). Il s'agit d'optimiser les caractéristiques d'une production en effectuant un zonage, en l'occurrence un mésozonage.

Le lien terroir-appellation d'origine apparaît : "Constitue une appellation d'origine, la dénomination d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus au milieu géographique, comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains" (10). Est-ce à dire que le terroir se moule sur l'appellation d'origine et comporte dans son étude les facteurs naturels et les facteurs humains?

L'équivalence terroir-appellation d'origine a pu être pratiquée par les scientifiques. De même la

distinction des facteurs naturels et des facteurs humains a pu être variable dans sa signification (11). Aujourd'hui la notion scientifique de terroir paraît devoir être comprise comme incluant seulement les éléments naturels du milieu, les facteurs naturels de l'appellation d'origine. Le terroir est l'ensemble des facteurs naturels d'une appellation d'origine, c'est à dire d'une aire de production déterminée produisant des vins "...aux caractéristiques qualitatives particulières.." (12).

Mais en quelques années les réglementations nationales et communautaires, les conventions internationales, ont beaucoup changé. Le lien au terroir a fait recette et les noms géographiques sont devenus de plus en plus attractifs. Il faut vendre ce que l'on produit.

Le terroir reste toujours consubstantiel pour l'appellation d'origine, mais il a fallu tenir compte de produits autres que les vins. Il a fallu tenir compte de situations différentes de celles qui correspondent au moule de l'appellation d'origine à la française, typiquement et essentiellement viticole. On a vu apparaître d'autres définitions depuis 1992 : celles de l'indication géographique protégée - IGP dans la Communauté européenne et de l'indication géographique reconnue - IGR à l'O.I.V.. On a vu apparaître aussi les indications géographiques en 1994 dans l'un des accords résultant du cycle de l'Uruguay, l'Accord sur les Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce - ADPIC (Agreement on Trade related aspects of intellectual property rights - TRIPS).

Au travers de ces définitions y-a-t-il migration, influence, ou abandon de la notion de terroir ? peut-on penser qu'il existe désormais une gamme de terroirs ? (I).

Par ailleurs les produits issus d'un lieu déterminé sont désignés par un nom géographique, parfois par une dénomination traditionnelle. La solution habituelle pour les appellations d'origine est-elle transmissible aux nouvelles situations d'indication géographique?

Les noms des terroirs méritent aussi notre attention (II).

## I. - LA GAMME DES TERROIRS

Les différentes définitions existantes qui lient le nom d'un produit à son origine sont susceptibles de parler "terroir".

Les appellations d'origine certainement, mais la question est posée pour les indications géographiques.

### A - Terroirs et appellations d'origine

Si on compare les définitions de l'Arrangement de Lisbonne de 1958 concernant la protection des appellations d'origine, reprise dans la législation française en 1990, celle de l'O.I.V. dans la Résolution Eco 2/92 dite Résolution de Madrid, et celle du Règlement communautaire n° 2081/92 le sentiment est celui d'une harmonie parfaite. Tous ces textes concernent des produits dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains.

Si le terroir est le commun dénominateur des facteurs naturels, les produits d'appellation d'origine sont bien les produits du terroir que le consommateur désire.

Plus encore pour les vins et boissons spiritueuses viti-vinicoles, le sanctuaire terroir, défini et délimité, est nécessairement le lieu de la récolte et de la transformation. C'est une exigence de l'O.I.V., remplie par le droit communautaire des v.q.p.r.d., c'est aussi une exigence communautaire pour les appellations d'origine protégées. Encore faut-il préciser que l'appellation d'origine protégée s'applique aux produits agricoles, quels qu'ils soient, et à certaines denrées alimentaires. Le juriste en déduit qu'il existe des terroirs pour d'autres produits que le vin et les boissons spiritueuses viti-vinicoles. Là où des facteurs naturels sont exigés, il y a terroir. On sait que deux règlements communautaires très récents, 21 juin et 2 juillet 1996, procèdent à l'enregistrement de plusieurs centaines d'appellations d'origine et d'indications géographiques (13).

La lecture de ces règlements permet de confirmer qu'il y a des facteurs naturels, des terroirs pour la dinde de Bresse et les volailles de Bresse, la viande Arouquesa ou Alentejana du Portugal, le boeuf et le mouton des îles Orcades au Royaume-Uni, pour le jambon de Teruel en Espagne, le jambon de Parme ou de San Daniele ou de Modène en Italie, naturellement pour des fromages (environ 120), mais aussi pour une douzaine de miels dont le miel luxembourgeois de marque nationale, quelques huiles d'olive ou quelques beurres dont le beurre rose de marque nationale luxembourgeoise, mais encore des pistaches, des figues, des pommes grecques Zagoras Piliou, des champignons, les pistaches de Phtiotida ou d'Egine, les ananas des Açores, trente et une eaux minérales de l'Allemagne aussi, et la poutargue de Messonlongui en Grèce.

Qui dit appellation d'origine, dit facteurs naturels, et donc terroir.

A n'en pas douter l'expérience et le savoir scientifique accumulés à propos des terroirs viticoles ont sûrement servi de modèle aux nouveaux promus. Naturellement on peut imaginer que les facteurs humains sont parfois prépondérants, et que les facteurs naturels se réduisent. L'inverse est possible aussi : quels sont les facteurs humains qui ont une influence sur une eau minérale d'appellation d'origine ?

Les terroirs ne nous ont pas encore révélés tous leurs secrets et leur présence doit être recherchée à propos des indications géographiques.

## B - Terroirs et indications géographiques

En matière viti-vinicole l'indication géographique est peu pratiquée dans la Communauté européenne si on accepte l'idée que les v.q.p.r.d. sont des appellations d'origine. Néanmoins les vins de table à indication géographique, comme les vins de pays, sont indiscutablement concernés. Dans le monde l'indication géographique est largement répandue, puisque ce système concerne notamment les Etats-Unis.

Le droit communautaire autorise les Etats membres à soumettre l'utilisation d'une indication géographique pour désigner un vin de table à des conditions d'encépagement et à la provenance exclusive du territoire, délimité de façon précise, dont il porte le nom (14). La délimitation précise peut exister si l'Etat membre le décide, mais ce territoire ressemble assez peu à un terroir.

Pour l'O.I.V. l'indication géographique est soumise à l'existence d'une qualité ou caractéristique attribuée au milieu géographique comprenant des facteurs naturels ou des facteurs humains, avec une récolte des raisins dans l'aire définie. Pour les boissons spiritueuses viti-vinicoles la phase décisive de la production a lieu dans l'aire déterminée. La prévalence des facteurs humains est possible. Le terroir s'estompe, mais peut rester essentiel.

Dans l'Union européenne, pour les produits agricoles ou certaines denrées alimentaires, l'indication géographique concerne le produit dont une qualité déterminée, ou la réputation, ou une autre caractéristique est attribuée à son origine géographique, production et/ou transformation et/ou élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée (15). Origine géographique ne signifie plus nécessairement terroir. La seule réputation commerciale du produit est suffisante. Une indication de provenance célèbre, réputée, devient une indication géographique protégée. Ainsi pour trente volailles françaises, la viande de porc et les salaisons fumées - marque nationale du grand-duché du Luxembourg, du boeuf et du mouton écossais, du Danablu (fromage bleu du Danemark), la Tomme des Pyrénées, la crème fraîche fluide d'Alsace, l'huile d'olive de Lesbos, Rhodes ou Thassos, le riz du delta de l'Ebre et les cerises de la montagne d'Alicante, les pommes et poires de Savoie, trois bières et trois poirés du Royaume-Uni, la biscotte crétoise, la bergamote de Nancy, le Tùrron de Jijona et le Tùrron d'Alicante, le Nürnberger Lebkuchen (pain d'épices de Nuremberg) et le Lübecker Marzipan (massepain de Lubeck). Le terroir est loin, très loin. Nous sommes en présence d'une zone de production, les facteurs humains sont prévalents. Au mieux on peut espérer un terroir pour les vins à indication géographique si l'Etat membre de l'Union européenne a réglementé suffisamment la matière, et pour certains produits non viticoles.

Quant à l'indication géographique qui sera pratiquée dans le cadre de l'application des Accords gérés par l'Organisation mondiale du commerce - OMC elle concerne n'importe quel produit dont une qualité ou la réputation ou une autre caractéristique déterminée peut être attribuée essentiellement à son origine géographique.

Tous les produits, agricoles ou pas, entrent dans le champ d'application de l'ADPIC. Le terroir s'éloigne encore un peu.

Il résulte de ce bref inventaire qu'un nom géographique peut être utilisé dans des circonstances très diverses pour des produits à l'égard desquels "l'effet terroir" peut être nul. Les noms des terroirs sont des noms géographiques parmi d'autres noms géographiques.

## II. - LES NOMS DE TERROIRS

Les consommateurs ont peu de connaissances spécifiques mais la tradition les a habitués à relier un nom géographique et un terroir, ou un ensemble de terroirs, pour les vins et les boissons spiritueuses viti-vinicoles. La tradition viti-vinicole est contournée pour d'autres produits, il faudra s'y habituer. Par ailleurs un très grand nombre de marques de commerce comportent des éléments géographiques pour lesquels il faut imaginer l'avenir.

## A - Noms des terroirs, appellations d'origine et indications géographiques

Les vieux pays producteurs européens ou américains ont des réglementations suffisamment précises pour que le produit d'appellation d'origine soit désigné exactement par le nom de son terroir (16) : région, lieu ou aire définie voire le nom du pays. L'O.I.V., l'Union européenne pour les vins et les autres produits, se retrouvent dans cette exigence. Le règlement communautaire n° 2081/92 précise même que le nom d'un pays ne peut être utilisé comme appellation d'origine protégée que de façon exceptionnelle.

Fort heureusement, car on aperçoit rapidement quelques variations possibles et réelles. Ainsi la marque nationale luxembourgeoise correspond à une appellation d'origine pour les vins et le miel, mais à une indication géographique pour le porc et les salaisons fumées. La figue Vravonas, Markopoulou Mesogion est une indication géographique, mais la figue sèche de Kimi une appellation d'origine. La crème d'Isigny est une AOP, la crème fraîche fluide d'Alsace une IGP.

Le nom du terroir devient le nom d'une zone de production, a fortiori pour des denrées alimentaires.

Quant à l'ADPIC il exige seulement une indication géographique c'est à dire une indication qui n'est pas nécessairement un nom géographique. La filière viti-vinicole connaît historiquement la question au travers des dénominations traditionnelles (Vinho verde ; Cava ; Muscadet ; Blanquette ; Manzanilla) (17). Dans une perspective mondiale et tous produits on peut se demander si quelques discussions sont possibles : les tacos sont-ils mexicains ? Ou s'agit-il d'une indication géographique devenue générique ?

En somme la tradition viticole, à chaque terroir son nom, se trouve bousculée. Les consommateurs trouveront des produits désignés par un nom géographique sans aucun lien au terroir, sans "effet terroir". Eventuellement le même nom géographique peut désigner des produits dont le lien au terroir est très différent.

La lisibilité des noms géographiques deviendra plus complexe. Elle peut encore être brouillée par l'emploi de marques géographiques.

## B - Noms des terroirs et marques

Le sujet est difficile, éminemment variable dans l'espace et il suffira d'évoquer quelques questions actuelles.

Une tendance très forte consiste à accepter l'existence de marques de commerce qui contiennent pour le tout ou partie le nom géographique d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, sous la réserve que cette marque soit apposée sur un produit effectivement originaire du lieu désigné par le nom géographique. C'est poser la question de la concordance nécessaire entre l'information du consommateur par la marque et celle qui résulte de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique. Avec, on peut le souhaiter, des niveaux d'exigence identiques. Au plan mondial l'ADPIC interdit l'enregistrement d'une marque pour le tout ou partie identique à une indication géographique pour les vins et spiritueux si elle n'est pas apposée sur un produit originaire (18), et a contrario ne l'interdit pas pour des produits originaires.

Le droit communautaire des marques n'interdit pas non plus l'enregistrement de marques géographiques.

Plus encore la question est posée de savoir si le nom géographique d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique pourrait être enregistré comme marque collective. Le nom du terroir relèverait alors à la fois du droit des appellations d'origine ou des indications géographiques et de leur protection, mais aussi du droit des marques et de leur protection spécifique (19). A la dilution des relations au terroir pourrait s'ajouter la dilution des noms des terroirs par la confrontation des intérêts collectifs et des intérêts individuels. A l'évidence la politique commerciale conduite pour une marque peut ne pas correspondre aux intérêts collectifs d'une appellation d'origine. L'échec relatif actuel des marques vinicoles peut conduire à des rapprochements confusionnels entre les "marques géographiques" et les noms des appellations d'origine. La restriction d'utilisation de la marque géographique pour des produits effectivement originaires doit être effectivement respectée.

Par ailleurs l'idée que la conjonction marque - appellation d'origine entraîne une "double protection" doit faire l'objet d'un examen très attentif de tous les points de vue. Cet éventuel chevauchement juridique ne signifie pas que l'opérateur est deux fois mieux protégé mais qu'il y a une protection alternative par l'un ou l'autre système, et éventuellement conflit.

L'évolution récente du droit des appellations d'origine et des indications géographiques, pour différents produits et dans différents systèmes juridiques, suggère quelques remarques pour l'avenir. Le cocon confortable

des terroirs viticoles est désormais situé dans un environnement moins rigoriste. Le cocon viticole peut devenir coque, voire bastion, ou tenter d'imposer ses vues.

La vérité du terroir viticole est menacée par de faux prophètes d'origines diverses, de sources diverses.

Ainsi se trouve expliqué le titre de ce rapport, *variae causarum figurae*, appliqué par le jurisconsulte romain Gaius à certaines sources des obligations qu'il ne parvenait pas à classer parmi les sources connues.

## REFERENCES

- 1) *Figaro Magazine*, 8 juin 1996, in "Maintenant la cuisine aussi a sa fête nationale", par Margot Vercueil
- 2) L.S.A., N° 1491, 9 MAI 1996, Produits du terroir, p. 24 et s..
- 3) *Points de vente*, n° 640, 24 avril 1966, p. 16
- 4) L.S.A. N° 1491, 9 MAI 1966, P. 24. Voir aussi la réponse prudente de l'administration sur les mentions "menu du terroir" ou "plat du terroir", *B.I.D.*, N° 7-8/1995, P. 8
- 5) Dépliant publicitaire du pastis H. Bardouin
- 6) *Points de vente*, n° 649, 26 juin 1996, p. 22
- 7) Sur ce point : AUDIER J., Réflexions juridiques sur la notion de terroir, *Bulletin de l'O.I.V.*, 1993, n° 747-748, spec. p. 428 et s..
- 8) Expression de la loi française n° 90-558 du 2 juillet 1990 relative aux A.O.C. des produits agricoles ou alimentaires ; repris en "...aire géographique de production.." dans *l'article L. 115-2 du Code de la consommation*.
- 9) Respectivement : *Règlement (CEE) n° 823-87* du Conseil du 16 mars 1987 sur les v.q.p.r.d., article 3, et *Règlement (CEE) n° 2081/92* du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, article 4, 2, c).
- 10) Article L. 115-1 du *Code de la consommation*
- 11) AUDIER J., op. cit., spec. p. 426 et s. et notes
- 12) *Règlement (CEE) n° 823-87*, article 3, 1. Sur le terroir en ce sens : Carbonneau A., Compte-rendu 8ème session du groupe d'experts Physiologie de la vigne, O.I.V.. Voir aussi : Falcetti M., Le Terroir, Conférence de rentrée 1993 de l'Université du Vin, Suze-la-Rousse, et son abondante bibliographie.
- 13) *Règlement (CE) n° 1107/96* de la Commission, JOCE, L. 148, p. 1, 21 juin 1996 ; *Règlement (CE) n° 1263/96* de la Commission du 1er juillet 1996, JOCE, L. 163, p. 19, 2 juillet 1996
- 14) *Règlement n° 822/87*, article 72, 2
- 15) *Règlement n° 2081/92*, article 2,2,b
- 16) *Le Règlement (CEE) n° 2392/89* établissant les règles générales pour la désignation et la présentation des vins et des moûts de raisins dispose dans son article 40,1 : "Le nom géographique désignant une région déterminée doit être suffisamment précis et notoirement lié à l'aire de production afin que, compte tenu des situations existantes, les confusions puissent être évitées".
- 17) Assimilées à des noms géographiques, *Règlement (CEE) n° 823/87*, article 15,3 ; Manzanilla a été rajouté par le *Règlement (CE) n° 1426/96* du Conseil du 26 juin 1996, article 1er, 1), J.O.C.E. n° L. 184/1 du 24 juillet 1996.
- 18) ADPIC, article 23.2
- 19) Sur le sujet : AUDIER J., Indications géographiques, marques et autres signes distinctifs : concurrence ou conflits ?, *Bulletin de l'O.I.V.*, 723-724, 1991, p. 405 ; De la nature juridique de l'appellation d'origine, *Bulletin de l'O.I.V.*, 743-744, 1993, p. 21, spec. p. 28