

RENCONTRE DE HAUT NIVEAU A L'INTENTION DES DEPUTES DES ETATS MEMBRES DE L'OAPI

Les indications géographiques et
leur importance dans la
valorisation des produits du
terroir.



PENJA PEPPER
AU POIVRE



Denis L. BOHOUSSOU,
Directeur Général de l'Office Ivoirien
de la Propriété Intellectuelle (OAPI)





Introduction



- › L'Indication géographique est **un droit de propriété intellectuelle**
- › C'est un **droit collectif** relatif à des produits qui ont un **lien au terroir**.
- › C'est un système de **garantie des caractéristiques** du produit
- › Deux options: l'**AO** ou l'**IG**



Définitions



- › Selon l'Accord de Bangui (OAPI):

L'IG est une indication qui sert à identifier un produit comme étant originaire du territoire, ou d'une région, ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.



Définition (suite)



- › Selon l'ADPIC (OMC)

C'est une indication qui sert à identifier un produit
– étant originaire du territoire, d'une région ou localité de ce territoire dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique



Définition (suite)

- › Selon l'Arrangement de Lisbonne (OMPI)

C'est la dénomination géographique 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 exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains.

Quelques différences entre les 3 systèmes.

- › L'Accord de Bangui précise que
 - les produits concernés sont: tout produit naturel, agricole, artisanal ou industriel ;
 - Les producteurs sont: tout agriculteur ou autre exploitant de produits naturels, tout fabricant de produits artisanaux ou industriels et quiconque fait le commerce desdits produits.

Quelques différences entre les 3 systèmes (suite)

- › L'ADPIC:
 - Ne précise pas si le lien à l'origine passe par des facteurs naturels ou humains
libre interprétation →
 - Moyens de mise en œuvre variés: loi sui generis avec intervention des pouvoirs publics, loi sur les marques, action en concurrence déloyale...
 - protection pour tous les produits (article 22)
 - protection additionnelles pour les vins et spiritueux (article 23).

EXEMPLES D'IG ET DE AO



PENJA PEPPER
AU POIVRE



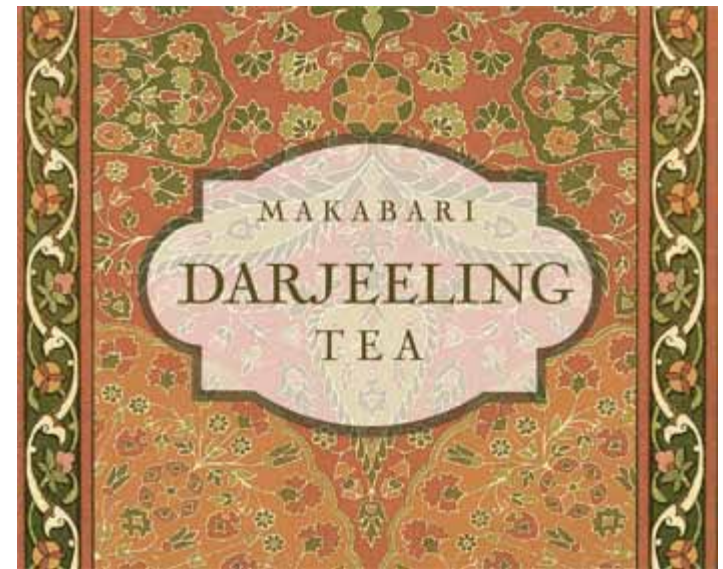
CAFE DE COLOMBIE

BORDEAUX

Des vins, un style.



EXEMPLES D'IG ET DE AO



Protection - Conditions

(1) PRODUIT

- > qualité supérieure
- > réputé
- > unique

(2) ORGANISATION de PRODUCTEURS

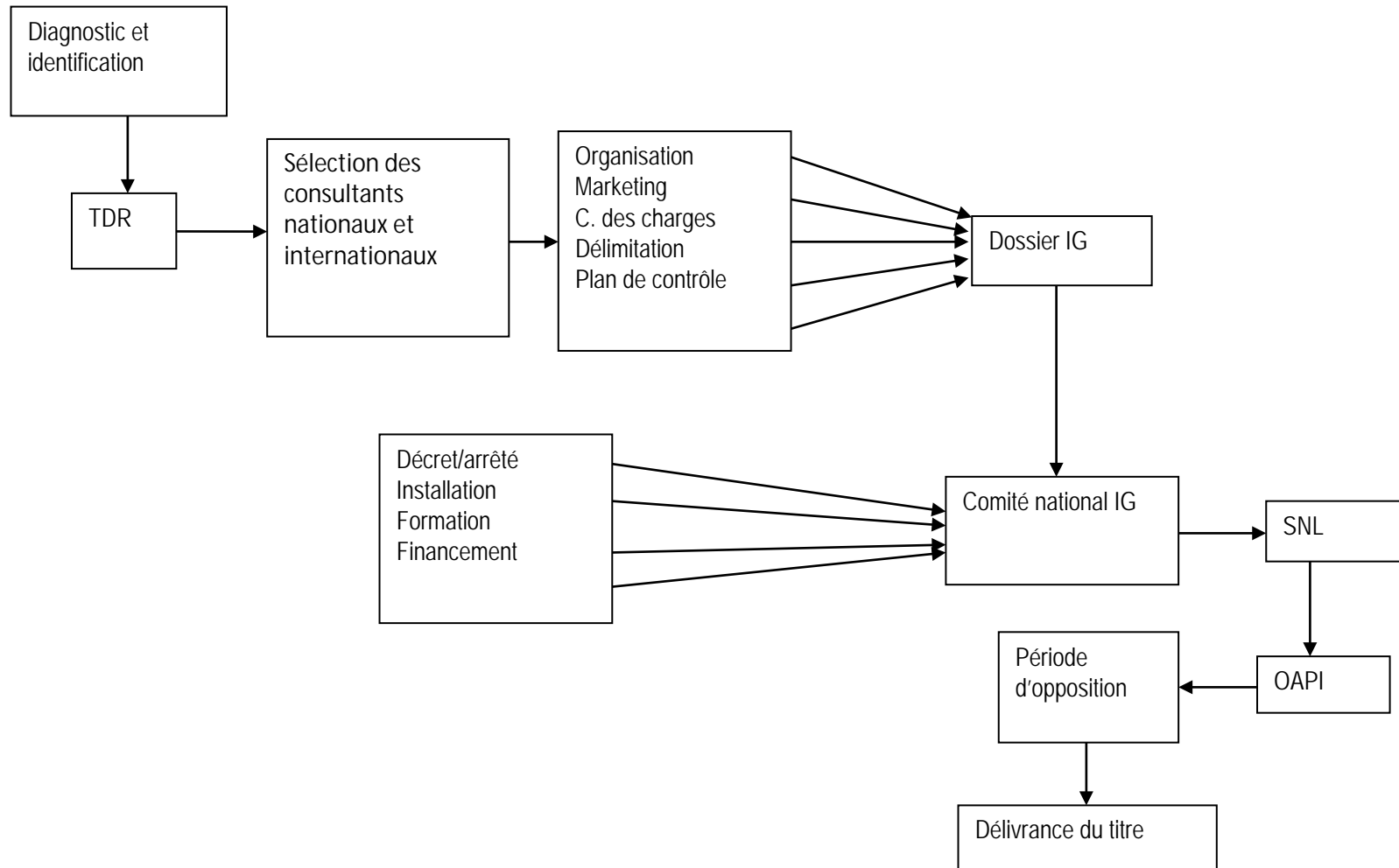
- - Délimitation de l'aire
- - Règlement technique

(3) RECONNAISSANCE OFFICIELLE

- ⌘ - Loi + Décret
- ⌘ - Appui technique

Protection - procédure (OAPI)

29 mois



La protection des IG

è Particularité: gestion confiée à un organisme public

- Une expression collective
- Une association étroite des professionnels: présidence assurée par les professionnels et un lieu de concertation entre professionnels et administration
- Une procédure de reconnaissance initiée par les professionnels
- Un mécanisme de contrôle exigeant

Protection - Instruments

- › **Pour toute IG on aura donc :**
 - Un ODG (Organisme de Défense et gestion) ;
 - Un cahier des charges, homologué par le Comité national et enregistré par l'OAPI ;
 - Une aire de production délimitée;
 - Un plan de contrôle ou d'inspection ;
 - Un Organisme de Contrôle ou d'Inspection

La protection juridique


3 objectifs

- sauvegarde légitime des droits acquis par des générations de producteurs
- protéger les dénominations de produits au niveau juridique par des outils qui existent au niveau national et international contre les usurpations, les imitations et les copies
- protection et information des consommateurs

Exercice du droit de l'IG

- › 1. Les producteurs, les acteurs de la filière;
- › 2. Rôle de l'Etat (contrôle qualité et interdiction d'utilisation);
- › 3. Le titulaire d'une marque identique antérieure ou similaire à l'IG peut continuer l'utilisation de sa marque, sauf dans le cas où celle-ci porte sur les vins ou spiritueux.

Impacts positifs sur le développement local

- **Economiquement:** on recherche des prix plus élevés, en travaillant la différenciation auprès des consommateurs
- **Conservation des ressources naturelles:** les produits mobilisent des variétés et des techniques traditionnelles
- **Sur le plan social:** les produits font partie de l'identité et de la culture locale  attirent touristique.
- La création de marchés conforme au système commercial mondial : libre échange, macro acteurs – grande distribution, export et satisfaction de marché interne)

Impacts positifs sur le consommateur

- › La mise en place de produits légaux de consommation :
 - santé et sécurité,
 - identités,
 - éthique et
 - traçabilité.

Impact positif sur l'économie locale

- Développement des produits typiques d'une région, avec une protection qui permet de garantir que le produit est élaboré dans la région;
- Accès au marché renforcé pour les produits locaux traditionnels;
- Permet de lutter contre les imitations hors de la zone d'origine;
- Permet de lutter contre les copies, dans la région, qui ne respecte pas les processus de production garants de la qualité;
- Permet d'empêcher la délocalisation;
- Peut donner l'occasion de création de PME/PMI

Impact positif des IG et AO

Exemple de la France

607 indications géographiques :

- 47 AOC laitières
- 30 AOC agroalimentaires
- 470 appellations viticoles et cidricoles
- 75 IGP

+ 112 demandes en cours d'examen

Impact positif des AOC

Exemple de la France (AOC viticoles et cidricoles)

- **470 appellations**
- **11 milliards d'euros (7 216 Milliards CFA) de CA pour les vins (1 euro = 656 F CFA)**
- **2 milliards d'euros (1 312 Milliards CFA) pour les eaux de vie**

 **82 % de la valeur viticole française**

57 % des surfaces

75 000 exploitations

Impact positif des AOC

Exemple de la France (AOC fromages, beurres, crèmes)

- **47 appellations** (*dont 42 pour les fromages, 4 pour les beurres, 1 pour la crème*)
- **CA: 1,4 milliards d'euros, soit 918, 4 Milliards CFA**
 - ➔ **18% de la valeur de la production totale de leurs catégories**
- **30 000 producteurs**

Impact positif des AOC

Exemple de la France (AOC agroalimentaires)

- **30 appellations** (*olives et huiles d'olive, fruits et légumes, viande, miel, condiment, fourrage, huile essentielle*)
- **CA: 0,15 milliard d'euros (98,4 Milliards CFA)**
- **10 000 producteurs**

Impact positif des IGP

Exemple de la France

- **75 indications** (*volailles, fruits et légumes, viande d'agneau, viande fraîche de porc, produits laitiers, viande bovine*)
- **CA: 1 milliard d'euros (656 Milliards CFA) à la 1ère mise en marché**
- **25 000 producteurs**

L'économie des AOC et IGP françaises

Une valeur ajoutée + importante...

- prix de vente du produit sous IG > prix des produits similaires

jusqu'à 230% sur les vins

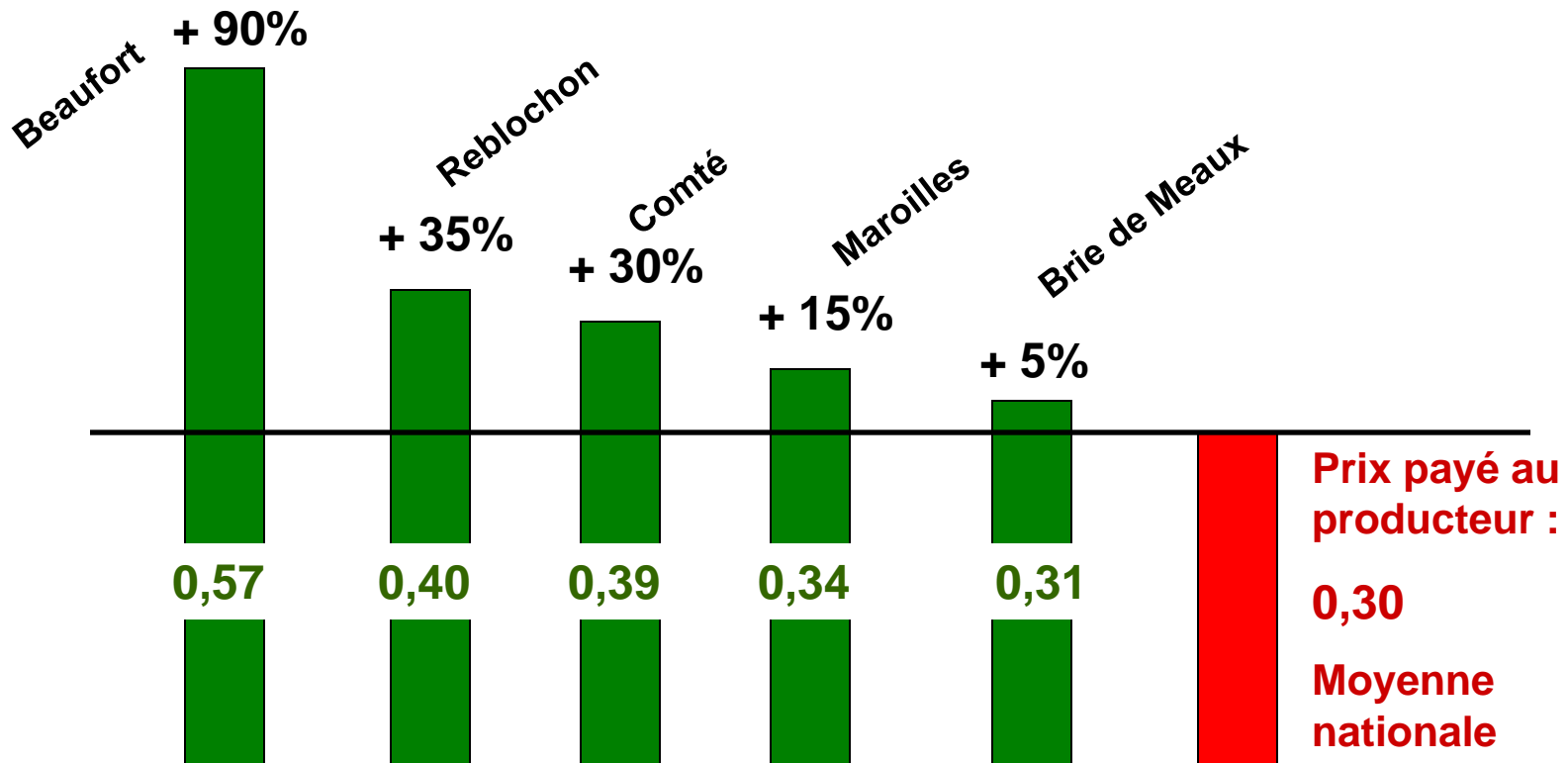
30 % sur les fromages

- prix payé au producteur > prix moyen

L'exemple des fromages AOC

L'économie des AOC et IGP françaises

Une valeur ajoutée + importante qui bénéficie au producteur...



Les IG : un outil de développement rural

- **Maintenir** la population sur son lieu de résidence
- **Revitaliser durablement** les zones rurales
- **Promouvoir les produits de qualité** élaborés selon des usages traditionnels
- **Valoriser le patrimoine** agricole et rural national
- **Favoriser** la biodiversité

CONCLUSION



- Identification de ressources locales à développer
- Qualification des producteurs
- Mobilisation et renforcement des compétences
- Formation (producteurs, autorités administratives locales, etc.)
- Organisation et Structuration de la filière par la Création de plateforme nationale des organisations faîtières
- Puissant moyen de développement économique local et de valorisation sur le plan touristique
- Sauvegarde du milieu



Merci pour votre attention...

denis.bohoussou@outlook.com