

OMPI/GEO/BEY/05/1

ORIGINAL : français

DATE : mai 2005



LA RÉPUBLIQUE LIBANAISE



ORGANISATION MONDIALE DE LA  
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

## SEMINAIRE NATIONAL DE L'OMPI SUR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

organisé par  
l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)

en coopération avec  
le Ministère de l'économie et du commerce

**Beyrouth, 23-24 mai 2005**

L'UTILISATION DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES  
DANS LA STRATEGIE DE COMMERCIALISATION COLLECTIVE

*établi par M. Frédéric Brand, Président de l'Association suisse  
pour la promotion des AOC-IGP, Berne*

## A) L'exemple de l'association suisse pour la promotion des AOC-IGP

L'Association suisse pour la promotion des AOC-IGP a été créée le 24 février 1999 avec comme objectif de faire connaître les signes AOC et IGP auprès des consommateurs suisses. La politique des AOC-IGP venait d'être mise en place en Suisse par l'Office fédéral de l'agriculture qui n'avait toutefois pas prévu de communiquer sur ces nouveaux signes. Les producteurs ont donc estimé important de se regrouper pour mener ensemble des actions de promotion pour informer les médias, les distributeurs, les consommateurs, le monde agricole sur ce que sont les Appellations d'origine contrôlée (AOC) et les Indications géographiques protégées (IGP).

L'Association suisse pour la promotion des AOC-IGP est une plate-forme qui regroupe aujourd'hui les filières de 19 produits engagés dans une démarche AOC - IGP. Sa première mission a été de concevoir deux logos, un pour l'AOC, l'autre l'IGP afin d'encourager les filières à utiliser un seul et même logo pour les produits bénéficiant d'une AOC ou d'une IGP. Cette démarche visait à éviter une prolifération de logos différents qui n'aurait pu qu'engendrer méfiance et confusion auprès des consommateurs qui ont déjà à faire à un grand nombre de labels différents dans l'alimentation.



## B) Stratégie

La stratégie de l'Association est d'accroître la confiance du consommateur pour les signes AOC-IGP en parlant des garanties offertes par ces signes et en s'appuyant sur des notions importantes pour le consommateur comme l'origine, la qualité, le terroir, la tradition et le savoir-faire. Elle veut faire de l'AOC et de l'IGP des signes de qualité crédibles et pertinents. Elle organise ainsi la diffusion du message AOC-IGP et vise la qualité de l'information plutôt que la quantité. Elle a édité une brochure explicative, elle possède un site Internet des informations sur la politique des AOC-IGP à la fois en Suisse et en Europe, elle publie deux fois par an le Journal des AOC -IGP, entretient des contacts avec la presse et les médias pour

les encourager à parler régulièrement des AOC et des IGP. Elle est présente à des foires et expositions avec chaque fois des membres et leurs produits car il est important de lier les signes AOC et IGP à des produits pour que le consommateur puisse comprendre ce que sont vraiment les AOC et les IGP. Elle réalise du matériel promotionnel que ses membres peuvent utiliser (Rotairs, panneaux explicatifs, sacs en papier, etc.) et de manière générale encourage ses filières à mettre un message AOC ou IGP dans leurs propres actions de promotion. Le support visuel de toutes ces actions est le logo AOC et le logo IGP avec leur signature respective.

L'Association compte des membres actifs qui sont des filières avec un produit dans une démarche AOC ou IGP ainsi que des membres passifs qui sont des organisations agricoles, des cantons, organismes certificateurs soutenant les activités de l'Association. Elle est gérée par un Comité et son Président, l'exécutif est composé d'un Directeur chargé de mener à bien avec ses 4 collaborateurs les diverses actions nécessaires pour remplir les buts que l'Association s'est fixée. Ses cotisations lui proviennent principalement de ses membres actifs qui paient en fonction de l'importance économique de leur produit ainsi que de la Confédération qui finance 50% de ses actions de promotion.

Depuis 2003, l'Association a rajouté dans ses buts statutaires la défense professionnelle. Cela lui a entre autres permis de rejoindre le réseau international des indications géographiques, ORIGIN. Elle veille par ailleurs à la bonne application de la politique des AOC-IGP en Suisse.

En annexe et à titre d'illustration se trouve le programme d'activité de l'association pour l'année 2005.

## **Association suisse pour la promotion des AOC et IGP**

**Programme d'activités 2005**

---

### **RP-Médias**

Communiqués réguliers  
Envois de dossiers  
Organisation de voyages de presse  
Conférence de presse pour la sortie du Guide des AOC fromagères suisses  
Insertion du message AOC-IGP dans des émissions consommateurs télévisés et radios  
Développement d'un réseau journalistique en Suisse alémanique  
Organisation de petits événements médiatiques en Suisse alémanique

### **Information et promotion**

Relookage du site internet [www.aoc-igp.ch](http://www.aoc-igp.ch)  
Publication de deux numéros de journal AOC-IGP  
Edition et distribution du recueil de recettes  
Partenariat avec Euro-Toques  
Envoi de matériel promotionnel aux restaurateurs  
Envoi de matériel promotionnel aux laiteries-fromageries  
Brochure AOC-IGP, élaboration des fiches  
Cours et conférences  
Colis AOC-IGP durant la Semaine du Goût

### **Participation à des événements**

Organisation d'Espaces AOC-IGP  
Partenariat avec SCM pour l'organisation de foires  
Développement de dégustations dans les points de vente  
Participation à des petites manifestations régionales et locales (Fête de la tomate, Vinéa, marché de Zürich, etc)  
Semaine du goût (partenariat pour le guide et collaboration à des événements)

### **Etude consommateurs**

Etude quantitative  
Mise en valeur de l'étude qualitative de décembre 2004

### **Défense professionnelle**

Poursuite du développement et de la collaboration avec ORIGIN  
Suivi du développement de la mise en place d'un système de répression des fraudes