

INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

DOCUMENT
D'INFORMATION



LA RARETÉ CRÉE DE LA VALEUR

Les indications géographiques (IG) désignent les qualités uniques d'un produit liées à son origine géographique.

De nombreuses entreprises appliquent des normes de manière spontanée et communiquent leurs efforts par le biais de labels. L'un de ces labels est le label d'indication géographique. Ce label transmet les caractéristiques uniques d'un produit liées à l'environnement spécifique, géographique et humain, où il est produit.

Tous les produits de qualité, y compris les IG, ont tendance à avoir les caractéristiques communes suivantes :

- Un cahier des charges détaillant les règles qui sont appliquées ;
- Des contrôles pour garantir la conformité avec le cahier des charges ;
- Un processus de certification, par lequel les produits sont garantis comme étant conformes aux spécifications et donne le droit d'utiliser le logo associé.

Cependant, les IG se distinguent par deux autres éléments additionnels :

- La liberté des producteurs de déterminer le contenu du cahier des charges ;
- La nature des IG en tant que droits de propriété intellectuelle.

En tant que droit de propriété intellectuelle, les IG garantissent, parfois sur plusieurs siècles, des pratiques cohérentes pour la production d'un produit sur un territoire donné. Cela garantit que

les consommateurs associent les caractéristiques du produit à l'endroit où il est fabriqué.

C'est la préservation de cette association « qualité-origine » dans l'esprit du consommateur qui génère un « bien immatériel ». Cette rareté est la véritable valeur des indications géographiques.

Vous ne pouvez pas obtenir le même produit ailleurs

Les IG existent avant même leur reconnaissance par la loi. Le thé Rooibos, le café du Kenya et le poivre de Penja étaient déjà reconnus par les consommateurs avant qu'ils ne bénéficient d'une protection juridique.



Étant donné qu'il y a souvent des tentatives de « triche » sur les réputations des IG en utilisant les mêmes noms ou des noms identiques ou similaires, les IG doivent être protégées de manière adéquate.

En plus des qualités uniques du produit, trois facteurs conditionnent le succès de l'IG : la gouvernance collective, le contrôle de la qualité et la protection juridique forte.



L'UNION FAIT LA FORCE

Indications géographiques : pourquoi utiliser les droits collectifs ?

L'agriculture collective est un type de production agricole dans lequel plusieurs agriculteurs regroupent leurs exploitations comme une entreprise commune. Comment cette idée s'applique-t-elle dans le contexte d'une IG ?

Les qualités uniques du produit sont souvent le résultat d'un effort collectif, entrepris par des petites et grandes exploitations qui, autrement, auraient du mal à entrer en concurrence avec des produits similaires. Par conséquent, la création d'un groupe collectif est souvent une condition préalable explicite à l'enregistrement d'une IG. Ce système de récompense collective n'empêche pas les producteurs au niveau individuel de mener leur propre stratégie en plus du processus de valorisation de l'IG (par exemple, le champagne - Veuve Clicquot).

Le cahier des charges des IG ; la carte d'identité d'un produit

Protéger une IG, c'est définir l'identité d'un produit. Par conséquent, les « spécifications IG » sont à la base du processus de création de valeur. Ce document n'est pas exactement un règlement technique. Il s'agit plutôt d'une description des pratiques qui doivent être à respecter, ou à exclure, pour atteindre le produit type et, par conséquent, l'IG.

Qui est concerné et qui ne l'est pas ?

L'exclusion est au centre de toute stratégie de différenciation, permettant aux entreprises d'obtenir un avantage concurrentiel en distinguant qui est concerné et qui ne l'est pas, qu'est-ce qui est accepté et qu'est-ce qui ne l'est pas. Les spécifications IG ne font pas exception. Le questionnement sur le « qui est concerné » est intrinsèquement lié au « qu'est-ce qui est accepté » dans les spécifications IG.

Le processus d'enregistrement d'une IG exige que les pratiques qui influencent le caractère unique du produit soient prises en compte. Toute absence de consensus, à ce stade, entre les parties prenantes peut aboutir à des décisions qui n'incluent qu'une minorité, et pourraient être considérées comme illégitimes par les autres parties prenantes. Par exemple, la définition des limites exactes d'une IG peut être politiquement et socialement controversée. La définition de la zone de l'IG peut exclure certains producteurs qui n'atteignent pas les caractéristiques du produit final, mais qui souhaitent pourtant utiliser le nom.

Par conséquent, la négociation collective et la bonne gouvernance sont essentielles pour l'adoption des spécifications et cette phase de consultation et de délibération au sein du groupe devient cruciale.

Des efforts collectifs...

Les efforts collectifs peuvent être mis en œuvre par tout type de collectif, qu'il s'agisse d'associations, de consortiums, de coopératives ou autres. Si certains groupes de gestion des IG font profil bas et ont des responsabilités très limitées, d'autres jouent un rôle fondamental pour leurs membres.

Dans de nombreux cas, les missions du groupe de gestion des IG s'étendent de la rédaction du cahier des charges et la demande de protection, à la promotion plus large du produit et l'apport d'un soutien diversifié aux membres. Cette organisation collective peut, après accord de ses membres, être investie de : services de production, gestion du système de contrôle interne afin de garantir la qualité du produit final, gestion de la commercialisation du produit et la coordination en interne et vers l'externe afin d'établir des partenariats clés avec des facilitateurs (État, ONG, etc.).



...pour des avantages collectifs

La valeur image générée par le label IG

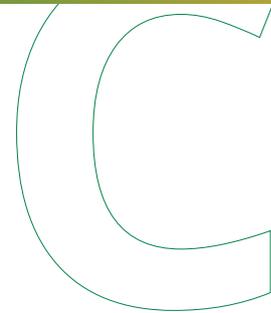
Les IG ont un effet positif et améliorent l'image du produit.

Un prix supérieur

L'expérience montre que l'enregistrement des IG augmente significativement le prix du produit. Bien que le prix le plus haut obtenu avec l'IG varie considérablement en fonction du produit et du marché, il augmente, dans la plupart des cas, de 20% à 40% (publication FAO-BERD).

Impacts sur le développement territorial et le tourisme

Certains avantages indirects peuvent découler de la création d'une IG : augmentation du nombre d'emplois, tourisme, soutien aux revenus et préservation de l'environnement et de la biodiversité. Les IG peuvent parfois contribuer à la préservation de l'environnement en encourageant les investissements sur les espèces menacées (par exemple, Argan-Maroc, Madd de Casamance-Sénégal). D'une manière générale, une IG améliore l'économie locale en maintenant une activité économique et sociale dans des zones moins privilégiées, à condition que la qualité promise soit respectée et contrôlée.



LIBERTÉ EST UNE RESPONSABILITÉ

Les produits de qualité reposent sur des systèmes de gestion de la qualité afin de soutenir leur légitimité.

Comment le système de gestion de la qualité fonctionne-t-il pour les IG ?

Grâce aux IG, les producteurs ont une chance unique de définir leurs propres normes de production. Toutefois, cette liberté s'accompagne d'une responsabilité.

Les règles contenues dans le cahier des charges doivent être respectées pour assurer la confiance des consommateurs gagnée au fil des années.

C'est pourquoi, lors de la rédaction du cahier des charges de l'IG, les producteurs doivent suivre un plan de contrôle. Le plan de contrôle précise comment les règles applicables à l'IG seront vérifiées, point par point.

Pour les IG, le contrôle sur les produits s'applique :

- Au processus de fabrication : les pratiques

conférant une qualité unique au produit doivent être mises en œuvre par les producteurs ;

- A la capacité de garantir que le produit est originaire de la zone géographique définie ;
- Aux qualités uniques du produit final (goût, forme, couleur, etc.).

Le défi consiste ici à anticiper un accord sur les contrôles.

Les contrôles sont appliqués sur la base du plan de contrôle par le producteur (autocontrôle), par le groupe de gestion de l'IG (contrôle interne) et par un organisme externe de contrôle et de certification qui doit être transparent et impartial.

Le respect du cahier des charges est récompensé par des logos officiels, qui indiquent que l'origine et le processus sont contrôlés et vérifiés. Des expressions telles que « fait à » ou « produit à » peuvent être facilement appliquées à n'importe quel produit, mais elles ne constituent pas une garantie de qualité. Ce qui garantit la qualité est une indication géographique certifiée.





MIEUX VAUT PRÉVENIR QUE GUÉRIR

Que protègent exactement les indications géographiques ? Une catégorie de produit, un procédé ou un nom ?

Le droit exclusif sur une IG est un droit exclusif sur un nom géographique ou traditionnel - et non un droit sur une catégorie de produit.

La grande majorité des IG africaines ne sont pas encore enregistrées et, par conséquent, sont exposées à une utilisation abusive, à l'évocation et à d'autres formes de dilution de leur renommée, et parfois même à la perte de l'association entre la qualité du produit et l'origine géographique citée (c'est-à-dire qu'elles peuvent devenir génériques). En fait, le non-enregistrement des IG peut donner une fausse impression en laissant entendre qu'aucun droit de propriété intellectuelle exclusif ne s'applique aux noms et qu'ils sont ouverts à une utilisation de « bonne foi ». Il est temps de mettre en place les options juridiques nationales et internationales pour protéger les IG et les utiliser correctement.

Protection des IG sans enregistrement

La législation nationale couvrant la concurrence déloyale et la contrefaçon peut offrir un recours contre les pratiques commerciales illégales et malhonnêtes. En l'absence d'enregistrement, la plupart des IG africaines devraient s'en remettre à cette option pour mettre fin à leur utilisation abusive.

Certains mécanismes de protection administrative peuvent également offrir un certain degré de protection lorsque les autorités réglementent l'utilisation des indications sur un produit au niveau national.

Cependant, étant donné que cette option ne crée pas un droit exclusif pour les détenteurs d'IG, ils devront intenter un procès chaque fois que cela sera jugé nécessaire. Cette option est coûteuse et peut s'avérer risquée.

Protection par l'enregistrement

L'option de la marque pour protéger les IG

La certification et/ou les marques collectives sont des options pour protéger les IG (si elles sont disponibles au niveau national).

Les marques de certification indiquent que les produits pour lesquels elles sont utilisées présentent des caractéristiques particulières (une origine géographique donnée, par exemple). Au Kenya, les marques « The Finest Kenyan Tea » et « Coffee Kenya, So Rich So Kenyan » ont été enregistrées comme marques de certification géographique.

Les marques collectives indiquent que certains produits ou services ont été produits ou commercialisés par les membres d'un groupe identifié. « Taita Basket » est une marque collective géographique au Kenya.

Toutefois, l'enregistrement d'un nom géographique par le biais d'une marque collective ou de certification ne protège les noms que dans la mesure où ils peuvent être confondus par le consommateur.

Les marques collectives et de certification protégées peuvent obtenir une protection sur les marchés internationaux par le biais de l'Accord de Madrid concernant l'enregistrement international des marques, et dans les juridictions des pays qui font partie de cet accord. Cette possibilité est offerte à tout ressortissant d'un pays membre de cet accord international. En Afrique, l'ARIPO ((African Regional Intellectual Property Organization) et l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle) ont récemment accédé à cet accord administré par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et la marque « Coffee Kenya, So Rich So Kenyan » a été enregistrée dans ce système en 2015.

Le système de protection *sui generis*

Un système de protection *sui generis* est un système juridique qui existe indépendamment des autres systèmes de protection. Typiquement, un

système de protection *sui generis* offrirait la protection du nom « en tant que tel ». Il s'agit donc d'une protection considérablement plus puissante que celles mentionnées précédemment.

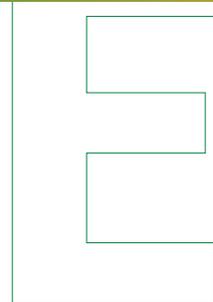
L'ambition du système *sui generis* est de s'attaquer aux différents modes d'action créatifs dont les resquilleurs font preuve :

- La traduction des noms d'IG : par exemple, « Penja pepper », au lieu de « Poivre de Penja » ;
- L'utilisation d'expressions similaires : par exemple, « Coffee type Kenya », au lieu de « Coffee Kenya-So Rich So Kenyan » ;
- Les utilisations trompeuses : rooibos provenant d'un autre pays que l'Afrique du Sud ;
- Et d'autres : utilisation des noms comme ingrédients de produits, etc.

Argan (Maroc), Poivre de Penja (Cameroun), Oku white honey (Cameroun), Café Zياما Macenta (Guinée-Conakry) et Ananas Pain de sucre du plateau d'Allada (Bénin) sont des exemples de noms africains enregistrés dans le cadre d'un système *sui generis*.

Les IG, qui sont protégées dans leur pays d'origine, peuvent bénéficier d'une protection et d'un enregistrement international par le biais de l'acte de Genève de l'OMPI et de l'Accord de Lisbonne concernant les appellations d'origine et les Indications géographiques (mai 2015). Il s'agit de l'accord le plus récent et le plus protecteur en matière d'IG dans le monde. Le registre est ouvert aux IG protégées en tant que marques ou dans le cadre d'un système *sui generis* dans leur pays d'origine.





AfriPI et Indications géographiques

Le « bol de spaghetti » des dispositions légales sur les IG en Afrique

Les options pour protéger les IG au niveau national varient d'un pays à l'autre sur le continent africain. Les divergences dans l'ensemble des protections des noms géographiques en Afrique créent une incertitude juridique pour les opérateurs de ces labels.

En 2016, l'Union africaine a franchi une étape importante avec la Stratégie continentale pour les Indications Géographiques en Afrique 2018-2023, visant à appliquer des règles et des pratiques convergentes à l'échelle continentale, encourager le commerce et améliorer le positionnement des produits africains.

L'entrée en vigueur de la Zone de libre-échange continentale africaine (AfCFTA, 2019) donne aux indications géographiques un angle dynamique. L'article 4 de l'accord AfCFTA prescrit la coopération des États sur, notamment, les droits

de propriété intellectuelle, y compris les IG, et devrait se concentrer sur l'élimination des disparités existantes dans la manière dont les membres de l'Union africaine protègent leurs IGs.

C'est dans ce contexte que le projet AfriPI, financé et dirigé par l'Union européenne, vise à stimuler l'intégration économique continentale par le renforcement et l'amélioration des systèmes de création, de protection, d'utilisation, d'administration et d'application des droits de propriété intellectuelle (DPI), y compris les IG.

AfriPI est un projet de coopération internationale, cofondé et mis en œuvre par l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO). Il a une durée de 5 ans à partir de février 2020.

Au terme de ce projet de 5 ans (2020-2025), il est attendu que de nombreuses IG africaines circuleront au sein de la zone de libre-échange continentale africaine.

DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET INNOVATION EN AFRIQUE

CONTACT

CHEFS DE PROJET

Dennis.SCHEIRS@euipo.europa.eu

Gregor.SCHNEIDER@euipo.europa.eu

afripi.org

