

INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES, RÈGLES LOCALES ET PROTECTION

C2.3

Les noms et représentations faisant référence à un lieu sont souvent utilisés par les acteurs locaux et les consommateurs pour identifier l'origine et la qualité particulière des produits du terroir. De telles indications géographiques (IG) jouent un rôle essentiel dans le processus de valorisation, dans la mesure où elles différencient certains produits par rapport à d'autres de la même catégorie. Cette renommée collective peut entraîner des contrefaçons au sein même du territoire ou à l'extérieur.

Objectifs

L'utilisation d'une IG suppose la définition de règles locales communes afin d'améliorer la cohérence au sein du système de production et d'éviter des pratiques visant à bénéficier de la réputation associée à une IG de manière déloyale et trompeuse pour le consommateur. La reconnaissance par la société et les autorités publiques des spécificités liées à une IG est une étape importante pour la valorisation et la préservation du produit associé.

Concepts clefs

Une IG est un nom de lieu qui identifie un produit provenant de ce lieu et dont la qualité, la réputation ou tout autre caractéristique, est attribuable à son origine. Une IG signale aux consommateurs que les produits ont des caractéristiques spécifiques en raison de leur origine géographique. Ainsi, une indication géographique signifie davantage qu'une indication de provenance, qui identifie seulement la provenance du produit (comme le made in) sans faire référence à une qualité particulière. Un nom traditionnel, qui ne comporterait pas de terme géographique en tant que tel, mais qui serait associé à un lieu géographique au fil du temps, peut être admis comme indication géographique.

Différents types d'identifiants peuvent constituer une IG:

- un nom géographique, seul, qui devient le nom du produit, ou en association avec le nom commun du produit;
- un nom, un symbole ou des mots faisant référence à un territoire et à sa population locale, mais qui ne sont pas des noms géographiques;
- des caractéristiques supplémentaires associées, qui peuvent aussi être considérées comme des identifiants géographiques, comme des images de lieux célèbres (montagnes ou monuments), des drapeaux, des dessins spécifiques, des symboles folkloriques, etc.
- la forme et l'apparence traditionnelles du produit, comme un emballage spécifique ou un élément commun sur l'étiquette.

Démarche

Pour empêcher les contrefaçons ou l'appropriation illégitime d'une IG, dans l'intérêt des producteurs et des consommateurs, un ensemble de règles communes doivent être définies par la filière concernée, afin de:

- identifier clairement le produit et son nom, et définir les pratiques de production et de transformation qui sont communes aux acteurs utilisant l'IG;
- éviter les pratiques commerciales déloyales et empêcher que soit usurpée ou ternie la réputation, et que soient fabriqués ou vendus des produits aux critères de qualité différents ou inférieurs;
- garantir l'assurance qualité du produit et son origine afin de renforcer la confiance des consommateurs;
- orienter les pratiques des producteurs locaux et renforcer la coordination et la cohésion entre producteurs IG pour créer, préserver et améliorer la réputation des produits et la valeur du nom.

La mise en application de telles règles locales se fonde d'abord sur les pratiques mêmes des producteurs et leur auto-évaluation. Le respect des règles peut aussi être assuré grâce à des mécanismes informels: des contrôles

sociaux, des pratiques et des normes non écrites. Lorsque les liens entre producteurs sont faibles et que les abus commerciaux sont courants, une protection juridique de l'IG peut être envisagée pour un respect des règles plus efficace. La reconnaissance de droits de propriété intellectuelle sur l'IG peut aussi empêcher l'enregistrement de l'IG par des acteurs en dehors du territoire.



En résumé

- Les indications géographiques sont des noms avec composante géographique (terme géographique ou nom traditionnel associé à un lieu géographique).
- Elles identifient des produits issus d'un terroir spécifique, porteurs d'identité et de valeurs sur les marchés.
- Pour préserver la qualité spécifique et la réputation associée, et protéger les consommateurs et les producteurs contre les usurpations, des règles de production et d'usage de l'IG doivent être définies par la filière concernée (cahier des charges).
- La reconnaissance officielle et la protection juridique des IG peut être un outil important pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle associée à ce bien collectif et ainsi assurer sa préservation.

LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES PARMI LES NORMES ET LES LABELS

De nombreuses possibilités existent pour différencier un produit agricole et alimentaire, et ainsi susciter une préférence d'achat, en particulier au travers d'un label, c'est-à-dire une mention particulière sur l'étiquetage, certifiée, qui communique certaines valeurs spécifiques du produit aux consommateurs (on parle de normes B2C, business to consumer). Parmi ces labels, on peut citer :

- Ceux communiquant sur des pratiques agricoles et de transformation respectueuses de l'environnement, en particulier les labels de l'agriculture biologique ou les labels développés dans certaines branches de production pour la préservation de la biodiversité notamment (par exemple Rainforest Alliance, Forest Stewardship Council, Marine Stewardship Council, etc.).
- Ceux communiquant sur le commerce équitable, associé au respect de normes sociales pour les producteurs (conditions de travail, revenu minimum).
- Ceux communiquant sur une qualité «supérieure» ou traditionnelle, parmi lesquels on peut classer les IG.

Remarque: il existe aussi des normes privées de gestion, couvrant notamment des exigences en termes de sécurité sanitaire, d'utilisation raisonnée d'intrants et de droit des travailleurs (par exemple HACCP, GlobalGap, BRC). Des certifications de conformité à de telles normes sont de plus en plus exigées par des grands acheteurs et distributeurs (surtout européens ou nord-américains) à leurs fournisseurs, mais ces normes ne sont pas communiquées aux consommateurs finaux à travers des labels. On parle de normes B2B (business to business).

Les indications géographiques présentent plusieurs spécificités par rapport aux autres normes B2C :

- Chaque IG et produit associé présentent un cahier des charges propre, permettant une adéquation spécifique au contexte local.
- Ce cahier des charges est généralement développé et proposé pour la reconnaissance officielle par les acteurs de la filière en amont, relevant donc d'une approche bottom-up.
- L'IG est associée à un droit de propriété intellectuelle liée à un territoire; elle bénéficie à un ensemble d'acteurs situés sur le territoire.

Cependant la démarche IG ne peut être développée quels que soient le produit et le contexte. Il est essentiel de bien connaître les potentiels du produit et les demandes du marché visé pour choisir la forme de différenciation la plus adaptée.