

Les Indications géographiques comme outil de valorisation de productions localisées: bilan et leçons du projet PAMPIG en Afrique de l'Ouest et du Centre 2008-2014

Didier CHABROL

Chercheur, UMR Innovation, CIRAD, Montpellier



*PRODIVALA - 6,7,8 nov 2014 - MBOUR,
Sénégal*

Didier CHABROL,
UMR Innovation

1. Trois IG enregistrées à l'OAPI
2. Pourquoi les IG?
3. Comment les IG?
4. Le projet PAMPIG
5. Questions

Trois IG enregistrées

Trois IG enregistrées

- Miel d'Oku (Cameroun, Nord-Ouest)
- Poivre de Penja (Cameroun, Centre)
- Café Ziama-Macenta (Guinée)

- Une IG ajournée: toiles de Korhogo (Côte d'Ivoire)

Miel d'Oku, Cameroun (Nord-Ouest)

- Très original (couleur, texture, arôme...)
- Issu d'une forêt primaire protégée 20km² (biodiversité remarquable)
- Réputation locale / régionale
- Prix élevé
- Petite production (20 t)
- Méthodes d'obtention particulières

Poivre de Penja (Cameroun, Centre)

- « grand cru » de poivre
- Réputation nationale et internationale
- « terroir » particulier
- Hétérogénéité des acteurs
- Potentiel important

Café Ziama-Macenta (Guinée)

- Robusta d'altitude
- Culture sous couvert végétal
- Clones introduits et variétés traditionnelles
- Voie sèche
- Réputation locale
- Potentiel important

Enjeux Miel d'Oku

- Faire connaître et développer débouchés
- Augmenter production et prix
- Valoriser biodiversité forêt
- Prévenir futures fraudes/usurpations

Enjeux Poivre de Penja

- Lutter contre usurpation sur marché national
- Ouvrir le marché international à plusieurs exportateurs (X monopole un importateur (marque déposée) sur marché européen)
- Organiser producteurs, faciliter collaboration entre eux
- Améliorer méthodes

Enjeux café Ziama-Macenta

- Permettre commercialisation dans filière qualité
 - Faire connaître à l'exportation
 - Définir qualité et l'assurer sur quantités significatives
- Valoriser méthodes de production traditionnelles (culture sous ombrage...)

Bilans: organisation collective

- Miel d'Oku: ne fonctionne pas (mais prise de conscience de la qualité du produit)
- Poivre de Penja: représentative, efficace, mobilise de nombreux appuis, réalise projets d'intérêt collectif
- Café Ziama-Macenta: nécessite encore appui

Bilans: prix et production

- Miel d'Oku: le prix a doublé en quelques années, la production ne progresse pas
- Poivre de Penja: production et prix ont augmenté de 50%, engouement
- Café Ziama-Macenta: prix obtenu +10%

Bilans: marchés

- Miel d'Oku: autrefois inconnu en dehors de sa région d'origine, atteint les grandes villes
- Poivre de Penja: marché international confirmé (6x plus cher que poivre sans origine)
- Café Ziama-Macenta: débouché ouvert, mais problème financement campagne

Bilans: contrôles

- Miel d'Oku, Poivre de Penja, Café Ziama-Macenta: les systèmes de contrôle ne sont pas en place, ce qui ne manquera pas de poser problème, surtout en cas de succès commercial.

2. Pourquoi des IG?

Risques liés à la diffusion d'un produit local : évasion du nom

- Le “camembert”, la “moutarde de Dijon”, l’“eau de Cologne” peuvent être fabriqués n'importe où, et pas seulement à Camembert, Dijon, Cologne...
- Parce que la protection du nom n'a pas été demandée
- Parce que le lien entre l'origine et la qualité/réputation n'a pu être établi

Risques liés à la diffusion d'un produit local : usurpation

- Si un produit a bonne réputation, son nom est utilisé sans respecter son origine (géographie, tradition)
- Cela affaiblit son identité, sa réputation, et nuit à un marketing de l'origine.

Intérêts de la protection du nom d'un produit local

- Condition d'un marketing de l'origine
- Possibilité d'un cercle vertueux d'identité et de qualité: maintient activité et emplois dans zones difficiles, préserve biodiversité et savoirs locaux
- Exemples de succès (comté, oignon doux des Cévennes), mais aussi cas plus discutés...

3. Les IG, comment?

L'Indication géographique (IG)

- Un droit de propriété intellectuelle, que tous les pays membres de l'OMC doivent protéger depuis 1994 (accords ADPIC)
- “des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, 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. »
- La protection ne porte pas sur un produit ou un procédé, mais sur un nom/ une indication
- Suppose une tradition (X création), une origine (X provenance), un lien entre origine et qualité/réputation
- Propriété collective, incessible et inaliénable

L'IG: une méthodologie (?)

- Travaux projet européen SinerGI (2005-2008) ont permis élaborer méthodologie présentée dans guide FAO
- Identification produit, territoire, ressources locales
- Démarche participative, organisation de la filière
- Cahier des charges, système de contrôle
- Enregistrement, protection



L'OAPI et l'Accord de Bangui

- L'OAPI est l'office commun de propriété intellectuelle de ses 17 pays membres
(Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Centrafrique, Comores (depuis 2013), Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Guinée-Bissau, Guinée équatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad, Togo)
- L'Accord de Bangui est la loi commune
- L'enregistrement des marques, brevets, COV et IG se fait uniquement auprès de l'OAPI
- La protection est acquise dans tous les pays membres

Intérêt de l'Accord de Bangui

- La protection est acquise dans tous les pays membres
- Mutualisation de compétences au niveau supranational
- Possibilité de représenter les Etats-membres pour questions de propriété intellectuelle
- Mais limité à la propriété intellectuelle

Actions de l'OAPI

- La possibilité d'enregistrement d'AO existe depuis l'accord révisé (1977), d'IG (au sens ADPIC) depuis 1999.
- Procédures concrètes et organisation restaient à mettre en place, autour d'exemples précis
- pas d'enregistrement de produit africain avant projet PAMPIG.
- Première IG reconnue par OAPI : Champagne (2006).

Actions de l'OAPI (2)

- Une action de longue haleine depuis 2000 :
 - action soutenue par OMPI, INPI, et ministères français
 - appui technique par INAO et CIRAD
 - 4 pays-pilotes : Burkina, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée
 - implication forte et efficace des Ministères de l'Agriculture = rôle dans l'identification et l'évaluation des produits
- 2004: formation des Min de l'Agriculture de toute la zone

Conférence de Ouagadougou

- 2005: Conférence Ouagadougou sur les IG, avec Ministres de l'Agriculture + Ministres chargés de la PI
 - 2 produits potentiels priorités dans 4 pays-pilote
 - Plan d'action pluriannuel: nouvelle étape à partir de 2008
 - Points focaux IG dans chaque min. Agri
 - Comité national des IG

2008 : nouvelle étape

- Financement du projet OAPI par l'Agence française de développement (AFD):
 - Cameroun (miel d'Okou, poivre de Penja)
 - Côte d'Ivoire (toiles de Korhogo)
 - Guinée (café Ziama)
 - Actions sur autres pays-pilotes et toute zone

La convention de financement

- Objectifs:
 - Accompagner pays producteurs dans identification et reconnaissance produits éligibles IG
 - Renforcement capacités OAPI et partenaires publics et privés pour promotion et protectione IG
- Contrepartie OAPI: Responsable projet, frais administratifs, certains frais formations, bureaux experts
- Contreparties Etats: comités nationaux, salaires partenaires nationaux

Durée et dates

- Convention signée en octobre 2008, durée 4 ans: fin en septembre 2012 (prolongé → 2014)
- Assistance technique: attribuée au Cirad

4. Le projet PAMPIG

Le plan d'action

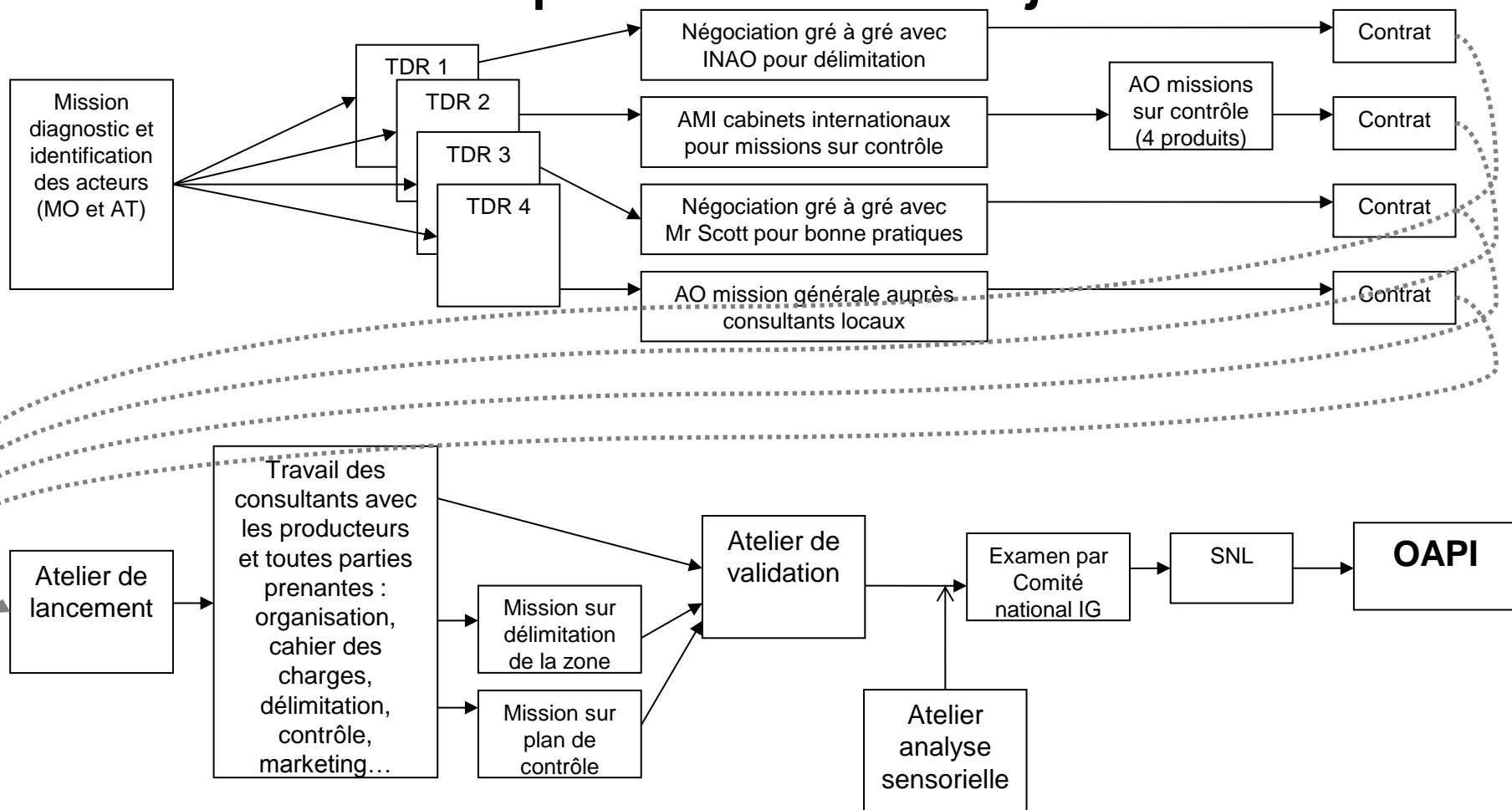
Issu de:

- Plan d'action de la conférence ministérielle de Ougadougou 2005
- Etudes de faisabilité
- Réflexions équipe projet OAPI
- Supervision AFD...
- ...et consultation 5 pays le 10 juin 2010

Accompagnement des produits pilotes

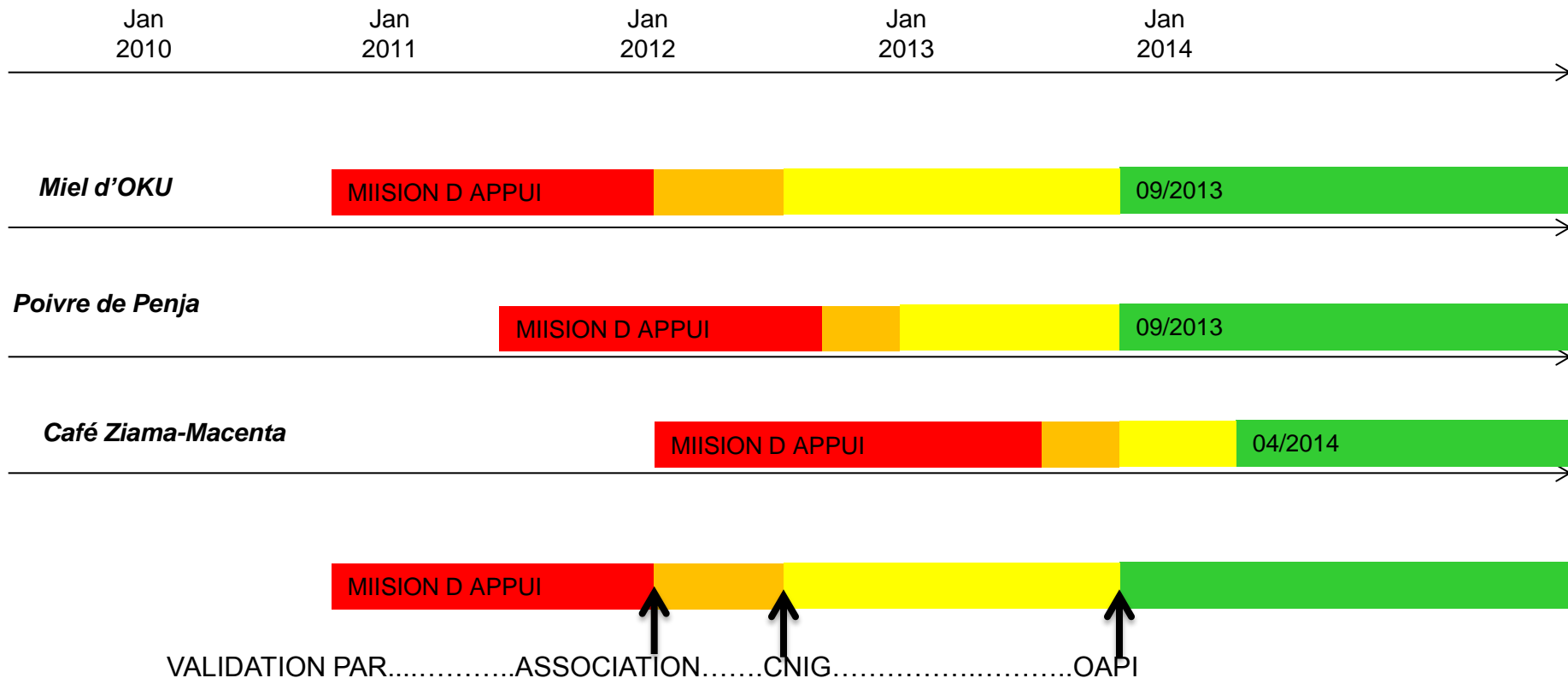
- Miel d'Oku et poivre de Penja (Cameroun), toiles de Korhogo (C Iv), café Ziama (Guinée)
- Objectif: amener à l'IG d'abord deux produits, puis un total de cinq
- une phase nécessaire d'identification des acteurs et de diagnostic de la filière (par OAPI + assistance technique)

Exemple d'organisation de l'action: le poivre de Penja



Trois examens successifs:

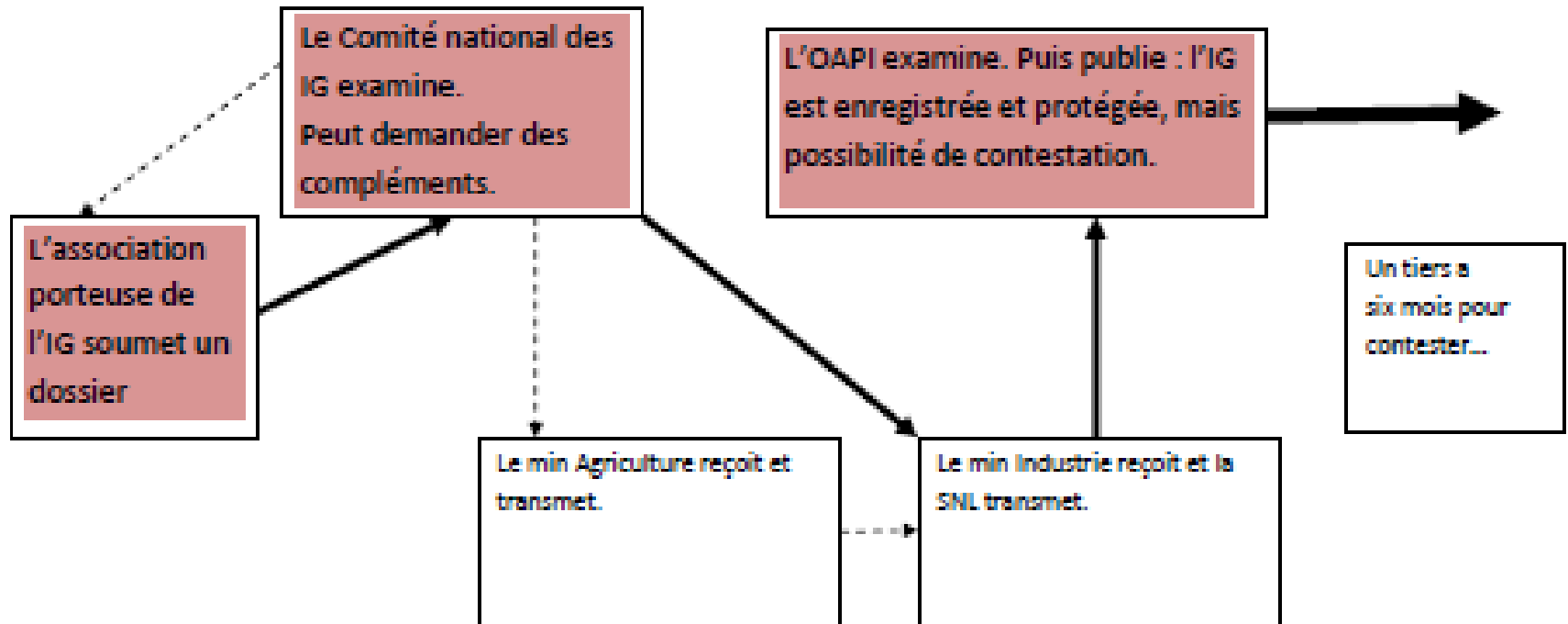
par l'association porteuse de l'IG;
par le Comité national des IG; par l'OAPI



PRODIVALA - 6,7,8 nov 2014 -
MBOUR, Sénégal

Didier CHABROL,
UMR Innovation

L'enregistrement d'une IG



La construction de l'IG: une démarche participative

- C'est un bien public qui est confié
- Ceux qui sont tenus en dehors pourraient contester
- Occasion de renforcer l'action collective
- Ainsi que la typicité du produit

Dans le cadre de PAMPIG

- Une méthodologie inspirée de l'expérience européenne et de recherches internationales
- Cette méthodologie devrait être suivie par la suite (pérennisation: Comités nationaux des IG)

Le dossier de demande d'IG

- 2.1 Le demandeur
- 2.2 Le nom du produit
- 2.3 Le type de produit
- 2.4 La description du produit
- 2.5 La définition de l'aire géographique de production (=délimitation)
- 2.6 La méthode d'obtention (souvent appelée « cahier des charges »)
- 2.7 Le lien avec l'origine géographique
- 2.8 Le contrôle
- 2.9 Les éléments liés à l'étiquetage du produit sous IG

Le demandeur

- **organisation collective (groupement).**
- représentative par rapport à la filière (acteurs, produit),
- accessible : l'IG doit être accessible à tous les producteurs respectant le cahier des charges,
- Missions: initier, représenter, garantir/contrôler

Le dossier de demande d'IG

- 2.1 Le demandeur
- **2.2 Le nom du produit**
- 2.3 Le type de produit
- 2.4 La description du produit
- 2.5 La définition de l'aire géographique de production (=délimitation)
- 2.6 La méthode d'obtention (souvent appelée « cahier des charges »)
- 2.7 Le lien avec l'origine géographique
- 2.8 Le contrôle
- 2.9 Les éléments liés à l'étiquetage du produit sous IG

Le nom du produit

- reconnaître **l'usage d'un nom**
- **l'antériorité** de l'usage de ce nom,
- **l'usage actuel** qui est fait de ce nom,
- la **notoriété** du produit vendu sous ce nom.

Un nom: le café Ziama (Guinée)

- Signalé par la recherche agronomique comme « café Ziama » (du Mont Ziama)
- Mais la dénomination connue du commerce est « Macenta » (ville)
- Est finalement choisi « café Ziama-Macenta »

Le dossier de demande d'IG

- 2.1 Le demandeur
- 2.2 Le nom du produit
- 2.3 Le type de produit
- **2.4 La description du produit**
- 2.5 La définition de l'aire géographique de production (=délimitation)
- 2.6 La méthode d'obtention (souvent appelée « cahier des charges »)
- 2.7 Le lien avec l'origine géographique
- 2.8 Le contrôle
- 2.9 Les éléments liés à l'étiquetage du produit sous IG

La description du produit: café Ziama-Macenta (projet de CdC)

- Le café Ziama - Macenta est un café reconnu pour ses caractéristiques qui le rapprochent d'un arabica : une saveur acidulée et peu amère, une intensité aromatique élevée; un arôme persistant, fort et fin

| État du produit | Forme | Taille et densité | | | Couleur | Odeur |
|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------|---|----------------------------------|
| Café vert | Demi-cercle peu fuselé | Grades | Densité (masse volumique) | | Vert, jaune et vert-jaune (brun) | Odeur aromatisée café vert |
| | | G1 | 700 à 710 g/dm ³ | 0,9 à 1,5 g | | |
| | | G2 | | 0,6 à 1 g | | |

La description du produit

- matières premières, principales caractéristiques physiques, microbiologiques et/ou organoleptiques
- mettre en avant ses caractéristiques et ses spécificités
- Il faut se mettre d'accord sur la description du produit
- Cas particulier: organoleptique (goût, arôme, texture...) →

L'échalote dogon (*éléments de CdC 2010*)

- La Bandiagara Jaba est une échalote de forme ronde à ovale, dont la couleur principale est jaunâtre. La tunique est de couleur jaune à rouge, en fonction de la durée de conservation. La chair est de couleur blanche. De petit calibre, elle fait entre XX et XXcm de hauteur et XX et XXcm de diamètre.
- En terme de goût, elle présente, à cru, un goût piquant, et dégage un gaz qui fait larmoyer. Dans les préparations culinaires, elle a un goût sucré et permet d'obtenir une meilleure concentration de la sauce. [Profil sensoriel]

Trois variétés...



...mais une seule pour le frais

La description du produit: les toiles de Korhogo (1)



La description du produit: les toiles de Korhogo (2)



Décrire le goût d'un produit : le miel d'Oku (1)

- Formation d'un panel local durant une semaine.
- Générer des descripteurs
- Situer le produit, le décrire
- Pouvoir éliminer des lots

Couleur : blanc (0) – jaune (5)

Odeur floral : 0 – 5

Granuleux : 0 – 5

Crémeux : 0 – 5

Collant : 0 – 5

Acide : 0 – 5

Sucré : 0 – 5

Floral : 0 – 5

Décrire le goût d'un produit : le miel d'Oku (2) (Berthiot, Cirad)

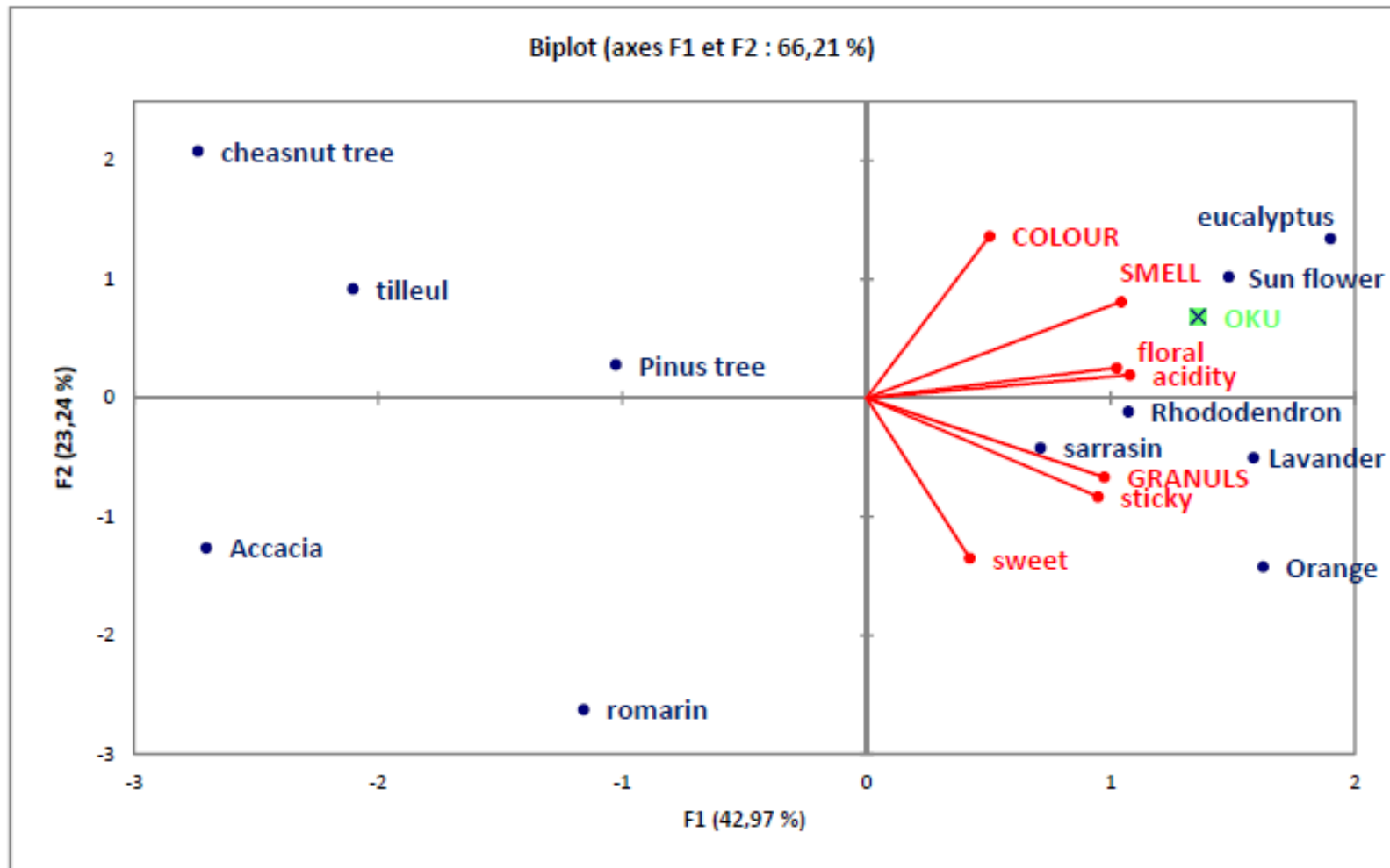


Figure 5 : Analyse en composante principale (ACP) de la répartition des échantillons de miel par rapport aux descripteurs sensoriels.

Décrire le goût d'un produit : le miel d'Oku (3) (Berthiot, Cirad)

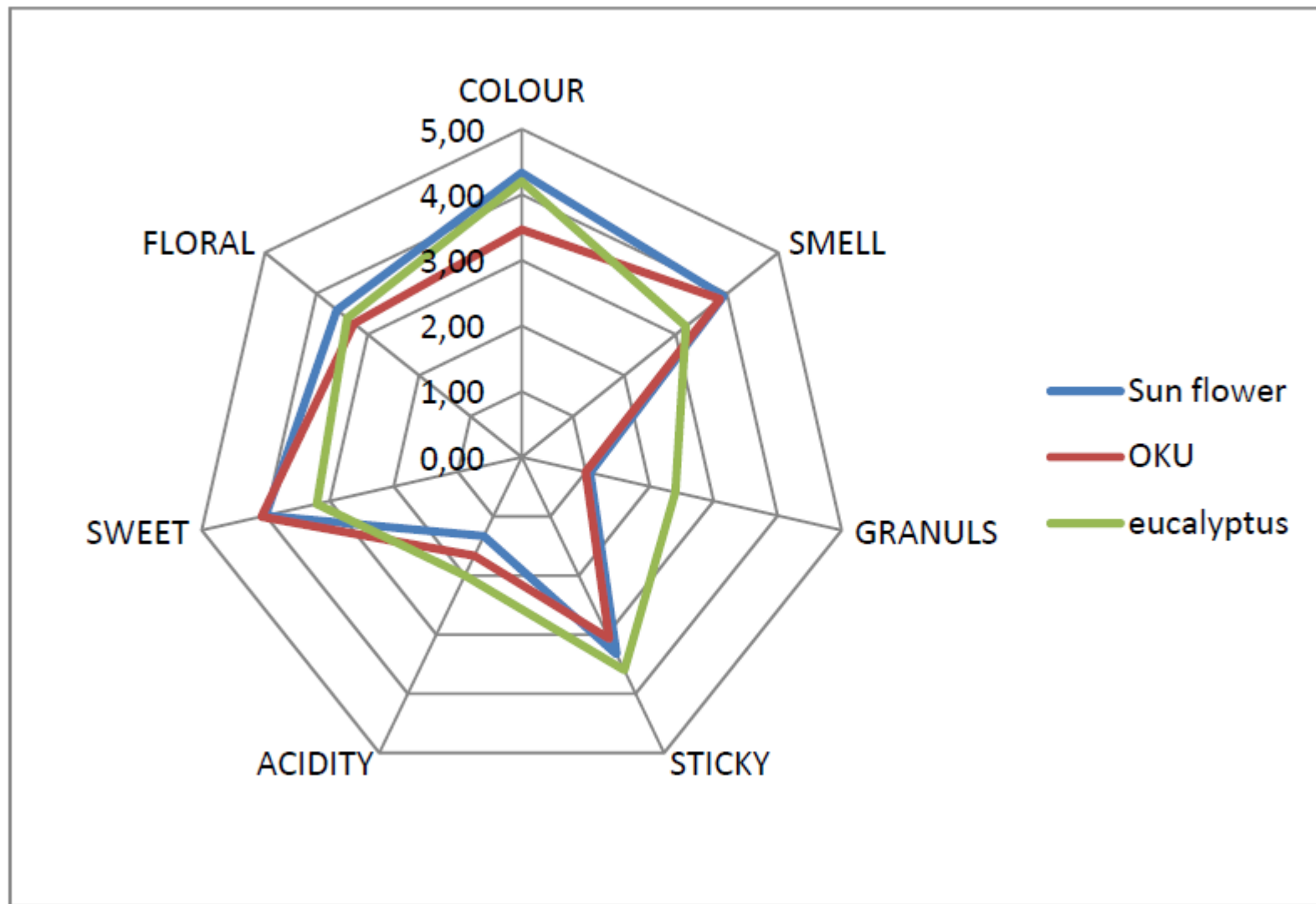
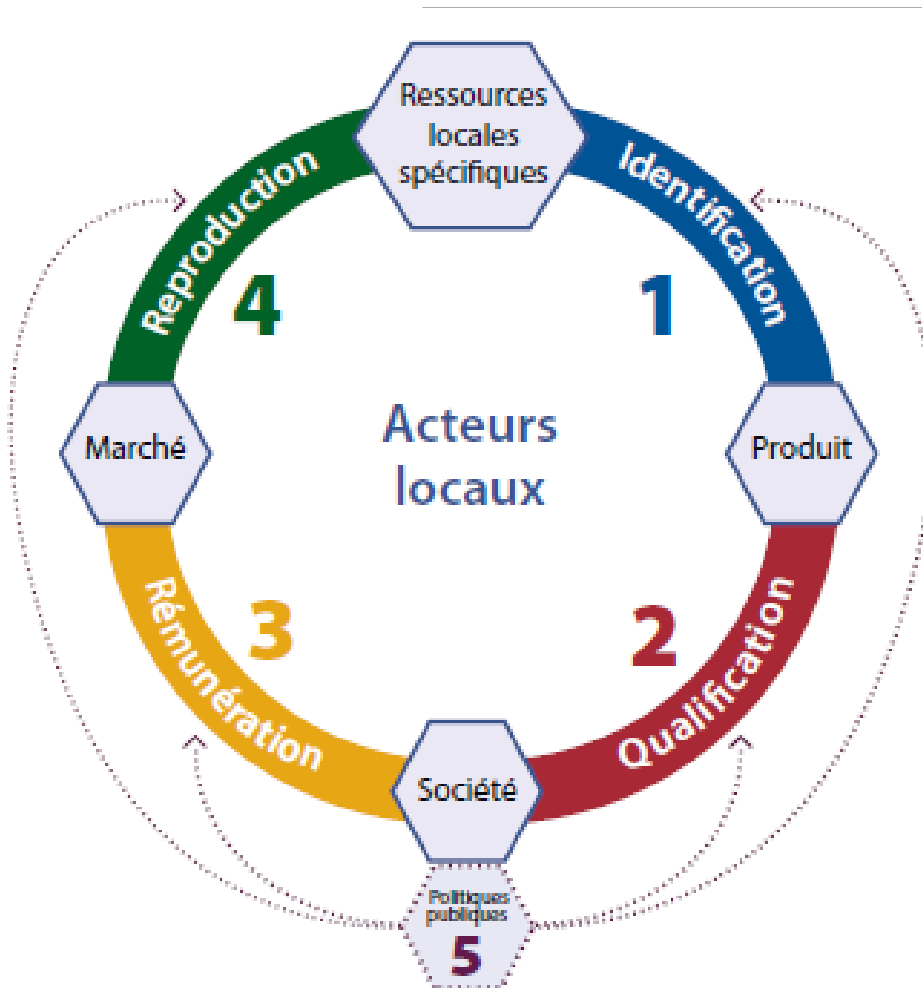


Figure 6 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1

Affirmer l'originalité

- Test triangulaire: 3 assiettes, 2 produits
- 43% des 35 dégustateurs ont fait la différence (échalote dogon / échalote de l'Office du Niger)

Description / identification



- Prise de conscience **collective**
- Identification de la qualité spécifique
- FAO pp. 11-17

Le dossier de demande d'IG

- 2.1 Le demandeur
- 2.2 Le nom du produit
- 2.3 Le type de produit
- 2.4 La description du produit
- 2.5 La définition de l'aire géographique de production (=délimitation)
- **2.6 La méthode d'obtention (souvent appelée « cahier des charges »)**
- 2.7 Le lien avec l'origine géographique
- 2.8 Le contrôle
- 2.9 Les éléments liés à l'étiquetage du produit sous IG

La méthode d'obtention

- normes volontaires que les acteurs décident collectivement de respecter.
- décrire les techniques mises en œuvre (= comment faire?)
- critères de qualité du produit final
- Mettre en évidence les particularités et différences par rapport au produit standard

La méthode d'obtention: des règles acceptées

- Les règles du cahier des charges doivent être contrôlables
- Le cahier des charges peut évoluer
- Renforcer la confiance
 - Interne au groupe
 - Externe: entre groupe et consommateurs
 - MM

- « Il ne s'agit pas de reprendre les données de la réglementation générale, sauf si certains aspects ont des conséquences directes sur la typicité des produits et doivent être prévus dans le cahier des charges et le plan d'inspection ou de contrôle. »

CdC « Bandiagara Jaba »

- Variété « commune », acclimatée
- Planches de terre pleine ou rapportée
- Eventuellement, pépinière (20-30 jours)
- Densité de plantation:.....; écartement:.....
- Fertilisation:.....
- Arrosage: une fois par jour ou deux jours
- Maturité: 100% des feuilles jaunies et couchées
- Récolte manuelle

CdC « Miel blanc d'Oku »

Controverses

- Désertion des ruches
- Goût de fumée
- → utilisation d'habits protecteurs? Ruche kenyane?
- Décidé: habits protecteurs dans cinq ans, pas de goût de fumée

CdC « Poivre de Penja »

- « Les planteurs ne pouvant avoir accès à des aires cimentées de bonne qualité, peuvent sécher leur poivre de façon uniforme sur des nattes tissées en fibre végétale, ou sur des bâches plastiques tissées, permettant une circulation de l'air sous les grains. Par contre les bâches plastiques type film continu sont interdites. » (CdC, p. 15)

5. Questions

Des résultats positifs

Trois IG enregistrées « rapidement »

Comités nationaux dans 8 pays

Intérêt politique mobilisé dans les pays des
produits pilotes

Accord AFD et OAPI pour poursuivre

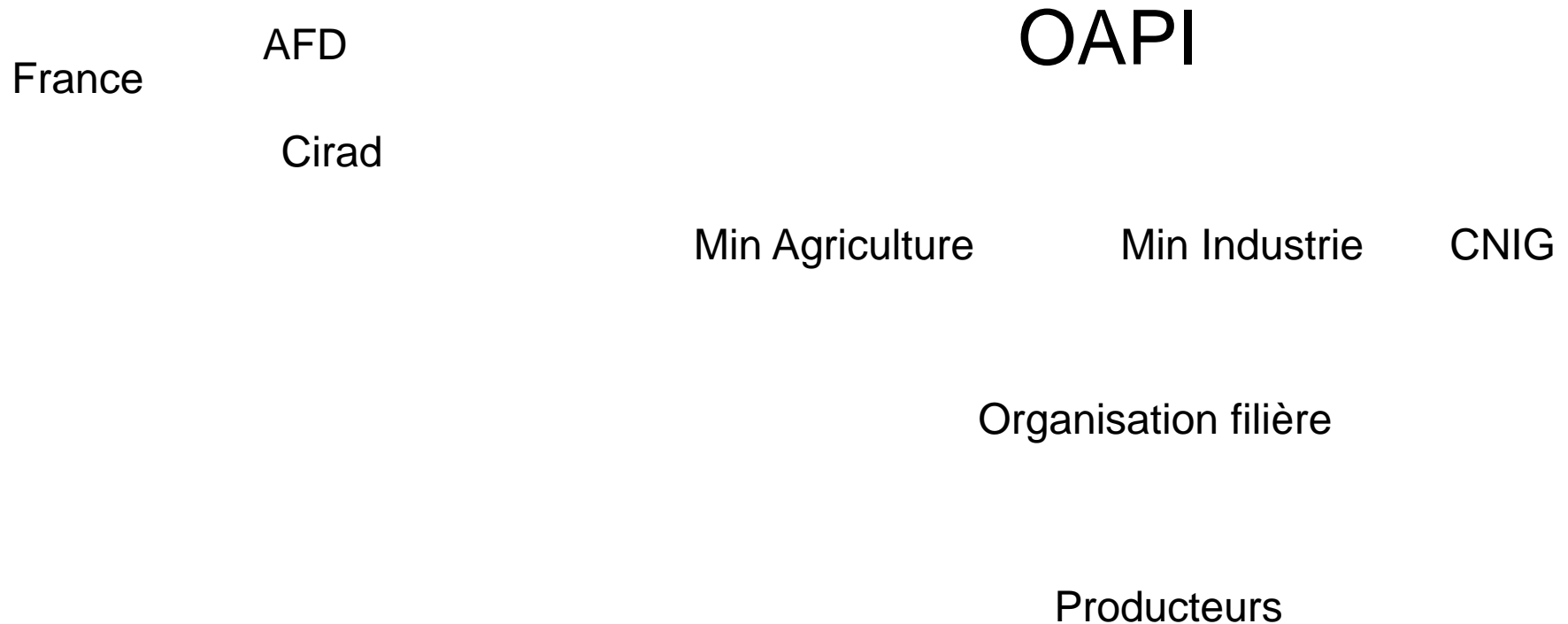
Conclusions

Il faut du temps : technique ET administratif

Une IG enregistrée peut ne pas fonctionner

La démarche commerciale est distincte de la
démarche juridique

Le rôle des Etats



Le rôle des Etats

- Ont donné mandat supranational à OAPI pour question propriété intellectuelle (accord de Bangui)
- Ont donné mandat promotion IG à Ouagadougou 2005, dans cadre projet Pampig
- Conflits de compétence Industrie/Agriculture

Le rôle des Etats

- Quand « ça marche »:
 - Appropriation par structures d'Etat
 - Appropriation par politiques
- Mais quel appui réel? (question du contrôle sur le marché, par ex)

Merci de votre attention

Didier CHABROL
UMR Innovation
CIRAD

didier.chabrol@cirad.fr



*PRODIVALA - 6,7,8 nov 2014 - MBOUR,
Sénégal*

Didier CHABROL,
UMR Innovation

