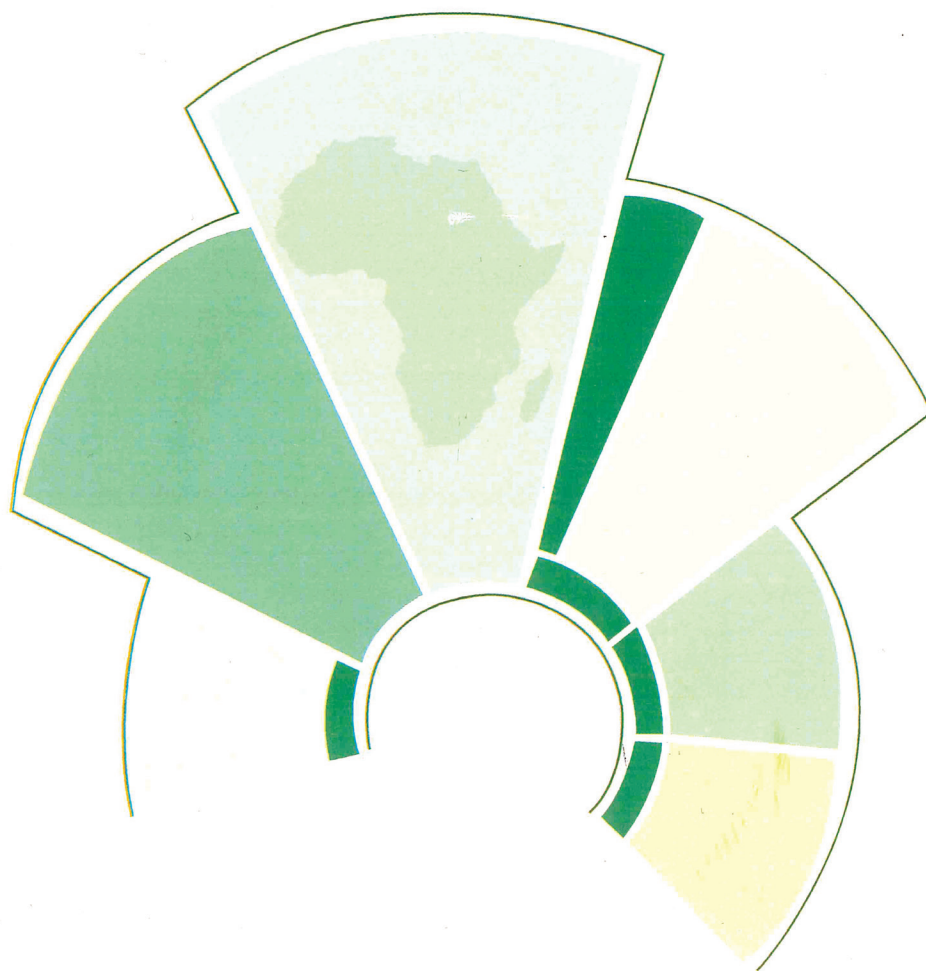




**African Union**  
a United and Strong Africa



**STRATÉGIE CONTINENTALE POUR LE  
DÉVELOPPEMENT DES INDICATIONS  
GÉOGRAPHIQUES EN AFRIQUE  
2018 - 2023**







**UNION AFRICAINE**

**DÉPARTEMENT DE L'ÉCONOMIE RURALE ET DE L'AGRICULTURE**

**LA STRATÉGIE CONTINENTALE POUR LE DÉVELOPPEMENT  
DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN AFRIQUE**

**2018-2023**



## TABLE DES MATIÈRES

PREFACE .....	v
MOT DU DIRECTEUR .....	vii
REMERCIEMENTS .....	ix
RÉSUMÉ.....	x
SIGLES ET ACRONYMES .....	xi
PRINCIPALES DÉFINITIONS .....	xiii
1. INTRODUCTION: POURQUOI UNE STRATÉGIE CONTINENTALE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN AFRIQUE? .....	1
<b>1.1 INTÉRÊT CROISSANT POUR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES SUR LE CONTINENT</b> .....	2
<b>1.2 PROCESSUS DE FORMULATION DE LA STRATÉGIE CONTINENTALE</b> .....	5
2. CONTEXTE ET QUESTIONS À TRAITER .....	6
<b>2.1. LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN TANT QU'OUTIL DE DÉVELOPPEMENT RURAL DURABLE</b> .....	6
2.1.1. Enseignements sur les indications géographiques à l'échelle mondiale .....	6
2.1.2. Possibilités et défis liés aux indications géographiques en Afrique .....	11
2.1.3. Conclusions et recommandations .....	21
<b>2.2. CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL EXISTANT</b> .....	25
2.2.1. Contexte mondial .....	26
2.2.2. Voies juridiques possibles pour protéger les IG: avantages et inconvénients .....	28
2.2.3. État de la protection des IG en Afrique .....	32
2.2.4. Capacités juridiques et institutionnelles .....	42
2.2.5. Perspectives en matière de mesures juridiques relatives aux IG .....	46
<b>2.3 CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS</b> .....	52
3. CADRE D'ACTION CONTINENTAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES .....	57
<b>3.1 VISION</b> .....	57
<b>3.2 MISSION</b> .....	57
<b>3.3 OBJECTIFS</b> .....	57
<b>3.4 VALEURS FONDAMENTALES</b> .....	57
<b>3.5 PRINCIPES DIRECTEURS</b> .....	58
<b>3.6 PORTÉE ET CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE</b> .....	59
<b>3.7 OBJECTIFS ET EFFETS DIRECTS</b> .....	60
Principaux objectifs .....	60
Effets directs stratégiques .....	60
ANNEXES .....	61



## PREFACE



J'ai l'honneur de faire la préface de la Stratégie Continentale pour le Développement des Indications Géographiques en Afrique pour la période 2018-2023. Elle a été établie par le Département d'Economie Rurale et d'Agriculture (DREA) en collaboration avec les Etats membres de l'Union Africaine (UA), les Communautés Economiques Régionales et nos partenaires pour le développement. La Stratégie est le résultat de larges consultations qui ont commencé en 2012 par une formation de sensibilisation sur les produits sous indication géographique. L'ensemble du processus s'appuie sur les expériences antérieures de DREA en matière de mise en place de stratégies continentales et de cadres d'orientation politiques. Fondamentalement, la Stratégie est en phase avec le plan stratégique et opérationnel de DREA pour la période 2014-2017 partiellement intégré aux activités de l'Union Africaine pour la mise en œuvre du Plan détaillé pour le développement de l'Agriculture Africaine (PDDAA 2017-2021) issu de la Déclaration de Malabo.

La formulation de la Stratégie continentale pour le développement des indications géographiques en Afrique intervient à point nommé et récompense les efforts croissants de l'Union Africaine pour renforcer l'intégration continentale. En outre, l'UA a progressivement pris de l'envergure et représente désormais un partenaire incontournable des affaires internationales, notamment du commerce.

En outre la Stratégie continentale pour le développement des indications géographiques voit le jour au moment où le DREA met en œuvre le Programme Détaillé pour le Développement de l'Agriculture Africaine (PDDAA), c'est-à-dire l'initiative de l'Agenda 2063 pour la prochaine décennie laquelle représente "une vision stratégique partagée pour la croissance inclusive et le développement durable".

Le DREA s'engage à nouveau à renforcer la collaboration avec les autres institutions panafricaines et à promouvoir des partenariats avec les organismes régionaux et internationaux, au profit des Etats-membres de l'UA et de nos secteurs stratégiques d'intervention: l'alimentation, la sécurité alimentaire, l'environnement et le développement durable et ce par le développement des indications géographiques. Ce faisant, nous contribuerons à l'ambition d'une Afrique intégrée et prospère.

**Ms Josefa Leonel Correia Sacko**

**Commissaire pour l'Economie rurale et l'agriculture**





## MOT DU DIRECTEUR



La Stratégie continentale pour le développement des indications géographiques (IG) en Afrique est conçue pour faciliter le développement rural conformément à la vision que se font les décideurs africains d'une Afrique prospère fondée sur une croissance inclusive et un développement durable.

La mise en œuvre de la Stratégie se fera au travers d'un Plan d'Action global. Ce Plan d'Action devra approfondir et clarifier notre approche de la croissance agricole, du développement rural et de la gestion des questions environnementales.

La Stratégie explique pourquoi une stratégie continentale pour le développement des indications géographiques est nécessaire. Elle décrit le contexte et les défis à relever. La Stratégie fournit le cadre d'actions pour les indications géographiques, précisant la vision, la mission, les valeurs, les principes de base, le champ, les priorités, les objectifs et les résultats à atteindre.

Les opportunités émergentes au niveau mondial et au niveau régional, ont naturellement conduit DREA à tirer profit de l'intérêt grandissant pour l'agriculture et le développement rural, en donnant la priorité à la protection des biens uniques issus de l'agriculture africaine et des autres produits, par le biais des Indications Géographiques et de la propriété intellectuelle.

La stratégie et son Plan d'Action représentent une transition vers l'articulation d'ensembles qui sont inter-dépendants et se renforcent mutuellement : je pense aux enjeux stratégiques de la production et de la productivité, de l'agro-business et de l'agroindustrie, des marchés agricoles et du développement durable.

La Stratégie constitue également une excellente opportunité de collaborer avec les autres départements de l'UA et ses unités, les Etats-membres de l'UA, les communautés économiques régionales et nos partenaires techniques et du développement. L'organisation proposée pour la mise en œuvre de la stratégie, et les modalités de partenariat, contribueront à faciliter la mise en œuvre concrète et l'atteinte des résultats attendus.

L'ensemble de la démarche a bénéficié de l'impulsion et de l'appui de Mme Josefa Leonel Correia Sacko, Commissaire pour l'économie rurale et l'agriculture, et de la très active collaboration des chefs de division et des responsables/coordonateurs des bureaux spécialisés techniques du DREA. Ms Diana Akullo, Chargée de politiques au DREA, a coordonné le développement de la stratégie. Ils méritent tous la plus grande

reconnaissance pour avoir contribué à affiner la Stratégie et son Plan d'Action. Les consultations des partenaires de l'UA ont aidé à améliorer la qualité du projet initial et je veux ici reconnaître leurs contributions respectives.

**Godfrey Bahiigwa**

**Directeur du département de l'économie rurale et de l'agriculture**

Pour toute information complémentaire, merci de contacter :

Diana Akullo Ogwal: [AkulloD @africa-union.org](mailto:AkulloD@africa-union.org)

## REMERCIEMENTS

Le Département de l'économie rurale et de l'agriculture de l'Union Africaine remercie tous les partenaires qui ont contribué à l'élaboration de la Stratégie continentale pour le développement des indications géographiques en Afrique.

L'appui technique apporté par le Siège de la FAO et son équipe chargée des indications géographiques (IG) – Emilie Vandecandelaere, Catherine Teyssier et Florence Tartanac) – a été particulièrement apprécié. L'aide de Monique Bagal sur les questions juridiques a été en outre déterminante.

La Direction générale Agriculture et développement rural (DG AGRI) de la Commission européenne (Cristina Miranda Gozalvez) et l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) ont apporté une contribution essentielle tout au long du processus.

Les observations et les conseils des experts qui ont participé au processus de consultation électronique ont également été utiles et constructifs. Il est impossible de mentionner ici toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de la stratégie, car notre projet a reçu un accueil favorable à tous les échelons: du niveau international (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement [CIRAD], Groupe de recherche et d'échanges technologiques [GRET] et diverses universités) au niveau national (chercheurs, ministres / délégués chargés de l'agriculture et de la propriété intellectuelle [PI], organisations non gouvernementales [ONG], représentants des producteurs, vulgarisateurs et spécialistes), en passant par le niveau régional (communautés économiques régionales [CER], en particulier la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest [CEDEAO] et le Marché commun de l'Afrique orientale et australe [COMESA]).

## RÉSUMÉ

Le présent document fournit des informations générales sur les indications géographiques (IG) en Afrique et leur mise en œuvre, dans l'optique de soutenir la sécurité alimentaire et le développement rural durable, et de favoriser le commerce (dans la région, mais aussi dans des pays tiers) et, par voie de conséquence, le développement économique du continent. Ce document rend hommage aux travaux précurseurs menés sur le terrain par l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) tant sur le plan juridique que sur le plan opérationnel. Le système juridique unifié, qui définit des rôles partagés et offre des services d'enregistrement de la propriété intellectuelle (PI) à 17 pays, s'est révélé un atout considérable. Les résultats des expériences menées dans le cadre du Projet d'appui à la mise en place d'indications géographiques (PAMPIG) apportent des enseignements importants pour la stratégie continentale.

Les recommandations issues de la mise au point, sur le plan juridique et opérationnel, des indications géographiques (IG) en Afrique ont été utilisées pour concevoir un cadre de décision qui repose sur six principaux effets directs et met l'accent sur l'élaboration et la promotion d'une approche africaine, le renforcement des capacités de l'ensemble des parties prenantes – en tant que thème transversal –, le processus de projets pilotes et l'harmonisation des approches juridiques en vue de développer les marchés internationaux et régionaux.

La stratégie relative aux indications géographiques en Afrique propose une feuille de route et une opportunité de collaboration avec l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI), l'Organisation régionale africaine de la propriété industrielle (ARIPO), les communautés économiques régionales (CER), les Etats membres et les principales parties prenantes contribuant à la stratégie, qui permettront à la Commission de l'Union Africaine (CUA) de faciliter l'élaboration, la promotion et la protection des indications géographiques (IG) sur le continent. Ce document sera complété par un plan d'action pour le développement des indications géographiques en Afrique, qui définira d'autres activités et produits, et établira le cadre logique final, avec son calendrier, ses priorités et ses ressources.

## SIGLES ET ACRONYMES

ACP	Groupe des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique
ADPIC	Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce
AFD	Agence française de développement
AO	Appellation d'origine
APE	Accord de partenariat économique
ARIPO	Organisation régionale africaine de la propriété industrielle
CCI	Centre du commerce international
CdC	Cahier des charges
CER	Communautés économiques régionales
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
COMESA	Marché commun de l'Afrique orientale et australe
CTA	Centre technique de coopération agricole et rurale
CUA	Commission de l'Union Africaine
DPI	Droit(s) de propriété intellectuelle
DREA	Département de l'économie rurale et de l'agriculture
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FIDA	Fonds international de développement agricole
GRET	Groupe de recherche et d'échanges technologiques
IFOAM	Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique
IG	Indication géographique
OAPI	Organisation africaine de la propriété intellectuelle
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMPI	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
ONG	Organisation non gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le développement industriel
OP	Organisations de producteurs
OriGIn	Organisation pour un réseau international d'indications géographiques
PAMPIG	Projet d'appui à la mise en place d'indications géographiques
PDDAA	Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine
PI	Propriété intellectuelle
PME	Petites et moyennes entreprises
PNOPPA agricoles	Plateforme nationale des organisations paysannes et des producteurs

R-D	Recherche-développement
REDD	Réduction des émissions causées par le déboisement et la dégradation des forêts (Nations Unies)
ROPPA	Réseau des organisations paysannes et de producteurs de l'Afrique de l'Ouest
SADC	Communauté de développement de l'Afrique australe
SIPAM	Systèmes ingénieux du patrimoine agricole mondial
SPG	Système participatif de garantie
UA	Union africaine
UE	Union européenne

## PRINCIPALES DÉFINITIONS

### Appellation d'origine

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 caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique – facteurs naturels et facteurs humains, en particulier.

### Cahier des charges (CdC)

Dans les systèmes *sui generis*, document que les producteurs locaux doivent établir pour enregistrer une indication géographique (IG) et qui contient les critères et exigences définissant une qualité spécifique requise. Le cahier des charges fixe donc les règles d'utilisation d'une indication géographique (IG). Selon les juridictions, on parlera également de «code de conduite» ou de «code de pratiques».

### Démarche IG

Concept utilisé dans la présente stratégie pour faire référence à la série de mesures élaborées et appliquées par des acteurs locaux dans le but de protéger et de promouvoir un produit de terroir, en l'associant à son lieu d'origine et en énonçant les règles connexes relatives aux méthodes de production et de transformation (règles applicables à l'indication géographique (IG), qui serviront de base pour l'élaboration du cahier des charges après l'enregistrement).

### Étiquette

Toute vignette, marque ou image, ou tout autre élément descriptif écrit, imprimé, poncé, apposé, gravé ou appliqué sur l'emballage d'une denrée alimentaire ou joint à celui-ci.

### Ex officio

Expression latine qui signifie littéralement «d'office», «en vertu de sa charge», «de droit». Elle implique qu'il revient à l'État ou aux pouvoirs publics d'assurer les contrôles nécessaires et de protéger l'indication géographique (IG).

### Ex parte

Terme latin juridique signifiant «d'une (par ou pour une) partie». Une protection *ex parte* est un type de protection accordé à la demande de la partie intéressée (c'est-à-dire les producteurs eux-mêmes). Dans les systèmes *ex parte* (soit la majorité des cas en Afrique), la charge de la protection repose entièrement sur les producteurs ou les détenteurs de droits (association de producteurs, etc.)

### Générique

Terme ou signe utilisé de manière si courante que les consommateurs le considèrent comme le nom de classe ou de catégorie désignant tous les biens ou services de ce type, plutôt que comme une référence à une origine géographique spécifique.

Dans le contexte des indications géographiques (IG), les termes génériques sont des noms qui, bien que correspondant au lieu d'origine du produit, sont devenus le terme utilisé habituellement pour désigner ce produit. Le camembert est un exemple d'indication géographique (IG) qui est devenue un terme générique. Ce nom est désormais utilisé pour désigner tout fromage de type camembert.

La transformation d'une indication géographique (IG) en terme générique peut se produire dans différents pays et à différents moments. On peut donc arriver à des situations où une indication spécifique est considérée comme une indication géographique (IG) dans certains pays, et comme un terme générique dans d'autres.

### **Indication de provenance**

Toute expression ou tout signe utilisés pour indiquer qu'un produit ou un service est originaire d'un pays, d'une région ou d'un territoire spécifique, sans autre élément de qualité ou de réputation (Accords de Madrid, 1891, article 1.1; Convention de Paris, 1883).

### **Indication géographique (IG)**

Définition donnée dans l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, élaboré par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en 1994: «[...] on entend par indications géographiques 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» (article 22.1).

### **Marque**

Tout signe servant à distinguer les biens d'une entreprise de ceux d'une autre. Le terme «entreprise» s'entend au sens large et se rapporte à toutes les entités exerçant une activité commerciale, y compris les associations et les organisations de producteurs.

### **Marque collective**

Marque indiquant que des biens ou services particuliers ont été produits ou commercialisés par les membres d'un groupe bien défini. Elle atteste que la personne qui l'utilise est membre de cet organe collectif. L'association propriétaire de la marque collective exige généralement que ses membres respectent certaines règles, qui déterminent par exemple la zone de production géographique des biens en question, ou certaines normes de production.

### **Marque de certification**

Tout mot, nom, symbole ou dispositif signalant la certification par une tierce partie des caractéristiques d'un produit, qui peuvent comprendre l'origine géographique. Une marque de certification implique la conformité aux spécifications établies par le propriétaire, lesquelles peuvent porter sur le lieu d'origine et/ou les méthodes de production. Son utilisation nécessite que le propriétaire vérifie, d'une manière ou d'une autre, que le produit respecte ou présente les attributs définis. Les marques de certification et les marques commerciales présentent trois différences importantes. Pour commencer, une marque de certification n'est pas utilisée par son propriétaire. Ensuite, toute entité qui se conforme aux normes définies par le propriétaire et se soumet au processus de certification a le droit d'utiliser la marque de certification. Enfin, une marque de certification ne peut pas être utilisée à d'autres fins que la certification du produit ou service pour lequel elle a été enregistrée (hormis aux fins de promotion des services du programme de certification).



**Propriété intellectuelle (PI)**

Terme qui se rapporte aux créations de l'esprit: inventions; œuvres littéraires et artistiques; et symboles, noms et images utilisés dans les activités de commerce. La PI se subdivise en deux catégories: i) le droit d'auteur couvre les œuvres littéraires et ii) la propriété industrielle comprend les brevets d'invention, les marques commerciales, les dessins et modèles industriels, et les IG.

**Règles d'origine**

Critères permettant de déterminer le pays d'origine d'un produit. Elles sont importantes du fait que les droits et restrictions applicables dépendent dans bien des cas de la provenance des produits importés.

**Règles relatives aux méthodes de production et de transformation**

Règles de l'indication géographique (IG) indiquant les méthodes de production/transformation (et d'autres aspects spécifiques liés au produit, comme l'emballage, dans certains cas) qui peuvent être normalisées ou non, et être mises en commun par les producteurs locaux.

**Réputation**

Terme faisant référence à la notoriété acquise par un produit associé à une indication géographique sur le marché et dans la société, résultat d'un historique de consommation et de traditions. Sur le plan des échanges commerciaux, la réputation témoigne de la renommée et/ou du caractère reconnaissable d'une entreprise et/ou d'un produit de cette entreprise.

***Sui generis***

Terme latin juridique signifiant «de son propre genre» et utilisé pour décrire quelque chose d'unique ou de différent. En droit, ce terme est utilisé pour décrire une situation juridique dont la singularité empêche tout classement dans une catégorie déjà répertoriée et qui nécessite de créer des textes spécifiques.

**Terroir**

Espace géographique délimité où une communauté humaine a construit, au cours de l'histoire, un savoir collectif constitué de compétences et de méthodes de production. Un terroir repose sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, et qui révèle une originalité, confère une typicité, et fait la réputation d'un produit.



## 1. INTRODUCTION: POURQUOI UNE STRATÉGIE CONTINENTALE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN AFRIQUE?

Le continent africain dispose d'immenses ressources naturelles et d'une grande diversité bioculturelle, lesquelles représentent autant d'atouts à préserver et à promouvoir face à la persistance de l'insécurité alimentaire et de la pauvreté, en particulier dans le contexte du changement climatique.

Une stratégie continentale pour le développement des indications géographiques (IG) en Afrique revêt donc un intérêt tout particulier. Les IG se réfèrent à des produits présentant des caractéristiques, des qualités ou une réputation résultant essentiellement de leur origine géographique. Cette différenciation peut tenir aux caractéristiques locales uniques du produit, à son histoire ou à des attributs distinctifs liés à des facteurs naturels ou humains, tels que les sols ou le climat de la zone de production ou encore un savoir-faire et des traditions autochtones.

Les IG peuvent être utilisées comme un outil de développement durable et rural, en raison de leur approche localement adaptable et multidimensionnelle du développement, combinant une composante de marché (corrélée aux droits de propriété intellectuelle [DPI]) et des liens aux biens publics (patrimoine, diversité alimentaire, savoir-faire local et ressources génétiques locales, identité socioculturelle, etc.).

Les IG pour les produits alimentaires et non alimentaires offrent un moyen d'améliorer les échanges entre les parties prenantes aux niveaux infranationaux, et donc de préserver des produits traditionnels et de les promouvoir sur les marchés locaux, et de mieux positionner les produits d'exportation africains sur les marchés internationaux. Dans les pays africains, les IG peuvent servir à organiser et à promouvoir des chaînes de valeur agricoles. Elles peuvent accroître les revenus des agriculteurs et d'autres parties prenantes de la chaîne de valeur, telles que les petites unités de transformation et les petits commerçants, et les aider ainsi à faire face aux périodes de soudure et à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle.

Dans la présente stratégie, les IG ne se réfèrent pas à une mesure de protection juridique particulière, elles englobent à la fois les approches de type *sui generis* et celles fondées sur les marques.

La Commission de l'Union Africaine (CUA), conjointement avec les Communautés économiques régionales (CER) et avec l'appui de partenaires au niveau international (FAO, Union européenne [UE]), a reconnu l'importance et la nécessité d'élaborer une stratégie continentale relative aux IG, afin de contribuer aux différents programmes et actions en faveur de l'Afrique visant à développer le secteur agricole, et notamment aux objectifs de développement durable définis par l'Organisation des Nations Unies. La stratégie africaine pour le développement des IG contribuera en outre de manière décisive au Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine (PDDAA) et à la Déclaration de Malabo adoptée par l'Assemblée de l'UA. Les aspirations énoncées dans l'Agenda 2063, adopté par la vingt-quatrième Assemblée de l'Union Africaine en 2015 en tant que plan d'action continental pour les 50 prochaines années, ont servi de guides pour l'élaboration de la stratégie africaine pour le développement des

IG, l'objectif étant d'inscrire cette démarche dans la transformation et le développement durable du continent africain au service des générations futures.

La stratégie pour le développement des IG en Afrique est en cours d'élaboration. Elle comprend un cadre d'action, ainsi qu'une première série de produits et d'activités destinée à servir de base pour un plan d'action plus détaillé. À la fin du processus, le document final, intitulé *Stratégie continentale pour le développement des indications stratégiques en Afrique*, comprendra le cadre général et le cadre d'action, et devra être approuvé par la CUA. Le plan d'action pour le développement des IG en Afrique fera l'objet d'un document complémentaire distinct.

### 1.1 INTÉRÊT CROISSANT POUR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES SUR LE CONTINENT

Les IG ne sont pas une nouveauté en Afrique. Du point de vue juridique, elles ont été intégrées dans le cadre juridique de la propriété intellectuelle de l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) depuis l'Accord de Bangui de 1977 (révisé en 1999).

En 2005, une Conférence ministérielle organisée à Ouagadougou (Burkina Faso) à l'initiative de l'OAPI a réuni les ministres responsables de la propriété intellectuelle et les ministres de l'agriculture des pays membres de l'OAPI<sup>1</sup>. Ceux-ci ont adopté une déclaration et un plan d'action relatifs aux IG qui prévoyaient notamment la mise en place de comités nationaux IG dans chaque pays et la nomination de coordonnateurs responsables des questions relatives aux IG dans chaque ministère de l'agriculture, ainsi que la sélection de «produits pilotes». L'OAPI a été mandatée par ses États membres pour élaborer les moyens de mise en œuvre du plan d'action.

De nombreuses réunions de sensibilisation et formations sur les IG ont été organisées en Afrique, ou en collaboration avec des représentants africains, au cours des 20 dernières années. Ces événements se sont multipliés dernièrement (voir l'annexe 2). Les premiers ont été proposés par l'OAPI, avec le soutien de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et de l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI) pour les aspects liés à la propriété intellectuelle. Les plus récents sont la formation régionale organisée entre 2013 et 2014 dans quatre pays (Bénin, Burkina Faso, Ghana et Italie) par un groupe de parties prenantes africaines (OAPI et Réseau des organisations paysannes et des producteurs agricoles de l'Afrique de l'Ouest [ROPPA]) et des acteurs internationaux (FAO / Centre technique de coopération agricole et rurale [CTA] / Organisation des Nations Unies pour le développement industriel [ONUDI] / programme de réduction des émissions causées par le déboisement et la dégradation des forêts [REDD]), et la formation proposée au Kenya, en Ouganda, en Zambie, au Zimbabwe, au Botswana, au Mozambique, au Togo et au Burkina Faso (en collaboration avec l'UE, l'OAPI et l'Organisation régionale africaine de la propriété industrielle [ARIPO]). L'objectif était de renforcer les capacités d'un ensemble de facilitateurs et de formateurs (près de 100 Africains et Africaines issus de 20 pays du continent) à promouvoir les IG dans le cadre du développement rural.

---

<sup>1</sup> Les pays membres de l'OAPI sont le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, les Comores, le Congo, la Côte d'Ivoire, le Gabon, la Guinée, la Guinée-Bissau, la Guinée équatoriale, le Mali, la Mauritanie, le Niger, la République centrafricaine, le Sénégal, le Tchad et le Togo.

Un certain nombre de projets d'assistance technique ont été mis en œuvre pour appuyer le développement des IG, et notamment les suivants:

- assistance technique assurée par la FAO en Tunisie (2008–2009) pour appuyer le cadre institutionnel relatif à la certification et l'élaboration de divers programmes pilotes (grenade de Gabès et pomme de Sbiba notamment, qui ont été enregistrés); en Guinée, en collaboration avec l'Institut de recherche agronomique de Guinée (IRAG) et le REDD (2011–2012); et au Sénégal, en Côte d'Ivoire, en Sierra Leone et au Mali, en collaboration avec Slow Food (2010–2012);
- projet PAMPIG (appui à la création d'IG) financé par l'Agence française de développement (AFD) et l'OAPI dans les pays membres de cette organisation (Afrique de l'Ouest et du Centre), et assistance technique du Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD) (2010-2014), qui a permis l'enregistrement des trois premières IG en Afrique subsaharienne: poivre blanc de Penja et miel blanc d'Oku au Cameroun, et café Ziama de Macenta en Guinée;
- Tunisie: projet PA-IG (2012–2017), financé par la FDA, en collaboration avec le Ministère de l'agriculture et avec l'assistance technique du CIRAD; projet PAMPAT (2013–2017) avec le Ministère de l'agriculture, le Ministère de l'industrie et l'ONUDI, financé par le Secrétariat d'État à l'Économie de la Confédération Suisse (SECO), pour la création d'un label collectif pour la harissa; et projet HILFRTAD (2015–2016) en collaboration avec le Ministère de l'agriculture et le Ministère de l'industrie, avec le soutien financier de la coopération italienne;
- dans le cadre de l'accord d'association avec l'UE, projet de jumelage IG-AO (appellation d'origine) en Algérie portant sur la labellisation des produits agricoles (2014–2016), qui a débouché sur la reconnaissance de deux IG: datte Deglet nour de Tolga et figue sèche de Beni Maouche;
- initiative pilote du Fonds international de développement agricole (FIDA) à l'appui de la création de trois IG pour le cacao, le café et le poivre à Sao Tomé-et-Principe;
- projet de la Suisse et du Kenya sur les IG, destiné à renforcer les capacités en matière de développement des ressources humaines et à élaborer une législation relative aux indications géographiques; projet OMPI-JPO-WCDS-KCG-KIPI pour l'exploitation du potentiel commercial de la pierre de Kisii au moyen de l'innovation et des droits de propriété intellectuelle; projet OMPI-JPO-KIPI relatif à une stratégie de marque pour les paniers de Taita au Kenya;
- projet du Centre du commerce international (CCI) et de l'OMPI relatif à la stratégie de marque et à la protection du clou de girofle de Zanzibar.

Plusieurs études ont été menées pour évaluer les potentiels et ont permis de recenser un certain nombre de produits (voir l'annexe 1). On peut citer notamment:

- le recensement par la FAO de produits traditionnels et de produits IG en Guinée, et en collaboration avec Slow Food au Sénégal, en Côte d'Ivoire, en Sierra Leone et au Mali;
- les études de l'UE sur le café du Kenya et le cacao du Cameroun et sur les possibilités de commercialisation de produits agricoles des pays du Groupe des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP) à l'aide d'IG et d'une stratégie de marque reposant sur l'origine;
- l'inventaire en cours d'élaboration de l'Organisation pour un réseau international d'indications géographiques (OriGIn).

Des programmes de recherche-action et des études de cas ont également été élaborés par divers partenaires (FAO, CIRAD, IRAG, Institut togolais de recherche agronomique [ITRA], Centre suisse de recherches scientifiques en Côte d'Ivoire, Université d'Abomey-Calavi au Bénin). On notera en particulier ceux concernant l'attiéké de Grand Lahou (semoule de manioc) en Côte d'Ivoire; le cacao au Kenya; le riz de Kovié au Togo; l'oignon Violet de Galmi au Niger; le miel de Casamance au Sénégal; le thé de Gisovu au Rwanda; l'échalote du Pays Dogon au Mali; et des études en cours sur le sel du lac Rose au Sénégal et l'huile d'arachide (agonlimi) au Bénin. Des études et des programmes de recherche-action ont également été menés en Afrique australe, notamment en Afrique du Sud, par l'Université de Pretoria, le département de l'agriculture du Cap occidental et le South African Rooibos Council, entre autres.

Il y a cependant peu de cas concrets de commercialisation de produits locaux sur la base de la qualité liée au lieu d'origine. On peut citer comme exemples les stratégies de marque des cafés éthiopiens fondées sur des dénominations géographiques et la pomme de terre *Belle de Guinée* (dénomination géographique déposée en tant que marque collective), ainsi que les trois IG enregistrées par l'OAPI dans le cadre du projet PAMPIG.

S'agissant spécifiquement de l'UA, les IG figurent toujours dans le Plan stratégique et opérationnel 2014–2017 du Département de l'économie rurale et de l'agriculture de la CUA, dans le domaine d'action stratégique 3.1 «Définir et appuyer la mise en œuvre de programmes d'infrastructure rurale et de promotion de la valeur ajoutée» avec les mesures opérationnelles suivantes:

- 3.1.19 – appuyer les mesures de sensibilisation aux IG;
- 3.1.20 – faciliter l'harmonisation des politiques en matière d'IG.

Dans le cadre du partenariat Afrique-UE, la CUA a organisé une série de manifestations sur les IG destinées à sensibiliser et à informer les acteurs clés du secteur agricole au sein des CER, et à offrir aux parties prenantes de ces régions la possibilité de partager leurs expériences dans ce domaine:

- conférence conjointe de Kampala (Ouganda), en novembre 2011;
- séminaires nationaux conjoints (Ouganda, Burkina Faso, Bénin, Botswana, Kenya, Zambie, Zimbabwe, Mozambique et Togo);
- formations sur les IG lors de réunions consultatives: Abuja (Nigéria), 2012; Midrand (Afrique du Sud), 2013; Nairobi (Kenya), 2013 et 2014 ; Gaborone (Botswana), 2014 ; et Maputo (Mozambique), 2014.

Les IG se sont révélées utiles pour résoudre de nombreux problèmes liés au développement économique (autonomisation des petits exploitants, accès aux marchés et valeur ajoutée, promotion du développement économique local), mais aussi pour préserver la diversité bioculturelle. Des discussions entre les acteurs clés – notamment certaines CER et institutions régionales responsables des IG (OAPI, ARIPO) – ont mis en évidence l'importance d'élaborer une stratégie continentale, ainsi que la nécessité de fonder cette stratégie sur les expériences récentes des pays africains en matière d'IG. Les possibilités et défis liés aux IG sont communs à tous les pays africains, et les avantages liés au développement, sur les plans économique, environnemental, social et culturel, devraient s'étendre à l'ensemble du continent.

## 1.2 PROCESSUS DE FORMULATION DE LA STRATÉGIE CONTINENTALE

Le processus de formulation de la stratégie continentale repose sur la participation des acteurs africains clés, aux niveaux continental et régional – l'UA et les CER; les ministères et institutions responsables des questions relatives aux IG ou travaillant sur ce sujet aux niveaux national et local; et les acteurs de la recherche et du développement.

Les différentes étapes de l'élaboration de la stratégie relative aux IG ont permis de proposer un processus transparent et consultatif:

1. En novembre 2014, dans le cadre du partenariat Afrique-UE, la CUA a organisé une formation consultative sur les IG à Nairobi. Cette formation a principalement permis d'ébaucher le plan d'une stratégie continentale relative aux IG. Le Département de l'économie rurale et de l'agriculture a pris contact avec le Siège de la FAO en 2015 afin de mettre en place un appui technique pour l'élaboration de la stratégie.
2. L'atelier initial s'est tenu en janvier 2016 à la FAO, à Rome. Le but était de convenir des objectifs généraux de la stratégie et de son processus de formulation, en présence du représentant de la CUA responsable des activités relatives aux IG; des membres du personnel de la FAO chargés du programme Qualité et origine; des représentants de la Commission européenne responsables des relations internationales et des IG pour les pays ACP; et du GRET, ONG française chargée par la FAO de faciliter le processus de formulation.
3. Des lettres officielles ont été envoyées par la CUA à l'OAPI et à l'ARIPO afin de confirmer à ces organisations leur participation en tant qu'acteurs clés à l'élaboration de la stratégie (début mars).
4. Un premier projet de stratégie a été rédigé par un groupe de travail composé de représentants de la CUA, de la FAO et du GRET (février-mars 2016).
5. Des consultations électroniques ont été organisées en avril 2016. Environ 100 experts et parties prenantes (voir l'annexe 4) ont révisé ou complété les informations générales et ont donné leur avis sur le contenu.
6. Un atelier de validation a été tenu les 31 mai et 1<sup>er</sup> juin 2016 afin de présenter la proposition consolidée (mise au point au moyen d'une consultation électronique), pour discussion et approbation, aux parties prenantes clés et aux représentants (voir l'annexe 5). Cet atelier a également permis de recenser les premiers éléments à inclure dans le plan d'action.
7. Du 22 au 25 novembre 2016, la stratégie a été présentée aux États membres de l'UA, et examinée par ces derniers, lors d'un atelier tenu à Nairobi. La première version du plan d'action a également été soumise à cette occasion, afin de permettre aux États membres de l'UA et aux spécialistes des IG d'apporter leurs contributions (voir l'annexe 6).
8. La stratégie doit être présentée au comité technique spécialisé de l'UA chargé de l'approbation politique, puis publiée, en 2017.
9. Le projet de plan d'action sera communiqué aux experts et aux représentants des pays membres de l'UA responsables de l'agriculture et de la propriété intellectuelle dans le cadre d'une consultation électronique. Leurs contributions seront intégrées dans le texte au cours du second semestre de 2017.
10. Un atelier sera ensuite organisé pour valider le plan d'action.

## 2. CONTEXTE ET QUESTIONS À TRAITER

Les enseignements tirés des expériences d'IG menées en Afrique et dans le monde indiquent que les indications géographiques peuvent être un outil de développement rural durable, sous réserve que certaines conditions soient prises en compte lors de leur mise en œuvre.

### 2.1. LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN TANT QU'OUTIL DE DÉVELOPPEMENT RURAL DURABLE

#### 2.1.1. Enseignements sur les indications géographiques à l'échelle mondiale

##### a) *Ce qu'une indication géographique implique*

Techniquement, une IG est un nom ou un signe associé à un lieu géographique, apposé sur des produits provenant de ce dernier et présentant des qualités ou une réputation spécifiques liées à cette origine, du fait des méthodes traditionnelles locales ou des ressources naturelles utilisées pour sa fabrication. Définie au plan international<sup>2</sup> comme un droit de propriété intellectuelle (DPI), une IG doit être protégée sur le marché contre les interprétations erronées et les contrefaçons dès lors que sa qualité ou sa réputation spécifique liée à son origine géographique a été démontrée.

La démarche IG est le concept utilisé dans le présent document pour faire référence à la série de mesures élaborées et appliquées par des acteurs locaux dans le but de protéger et de promouvoir un produit de terroir, en l'associant à son lieu d'origine et en énonçant les règles connexes relatives aux méthodes de production et de transformation (règles applicables à l'IG, qui serviront de base pour l'élaboration du cahier des charges [CdC] après l'enregistrement)<sup>3</sup>. Un produit sous IG est un produit qui utilise une IG (dénomination géographique ou dénomination traditionnelle faisant référence à un endroit), que celle-ci soit enregistrée ou non. En conséquence:

- un produit sous IG possède une qualité spécifique qui est liée à son origine: tous les produits ne peuvent pas faire l'objet d'une démarche IG;
- une démarche IG comprend des règles qui sont définies dans le CdC;
- une démarche IG se rapporte à une délimitation géographique;

<sup>2</sup> L'article 22 de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) (1994) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), en particulier, définit les IG comme 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».

<sup>3</sup> Divers termes sont indifféremment utilisés pour faire référence à la norme spécifique liée à une IG enregistrée: CdC (cahier des charges), code de conduite, code de pratiques. Le présent document utilise le terme CdC. Les règles de l'IG correspondent aux méthodes de production / transformation (et à d'autres aspects spécifiques liés au produit, comme l'emballage, dans certains cas) qui peuvent être normalisées ou non, et être mises en commun par les producteurs locaux.



- une démarche IG est une approche volontaire: seuls les producteurs désireux d'entamer une démarche IG pour leur produit doivent se conformer aux règles de l'IG (règles communes à ces producteurs);
- dans la mesure où une IG est reconnue et protégée par un outil juridique, les producteurs qui obtiennent l'IG disposent d'un droit exclusif d'utilisation de cette dénomination: dès lors, tous les producteurs désireux de désigner leur produit par le nom de l'IG sont tenus de respecter les règles définies;
- en tant que DPI reconnu dans de nombreux pays, ainsi qu'au niveau international, l'IG offre aux producteurs et aux consommateurs une protection contre les interprétations erronées et les contrefaçons, et permet en outre de différencier le produit des autres produits commercialisés;
- l'IG est liée à un patrimoine collectif (réputation, terroir et ressources naturelles et culturelles y afférentes) et, en tant que telle, nécessite une action collective de la part des parties prenantes locales et a une incidence sur des biens publics (paysage, biodiversité, nutrition, etc.);
- L'IG est un processus qui consiste à bâtir une réputation, puis à définir une norme de qualité au niveau local, mais en fonction des exigences du marché – seules la qualité spécifique et les méthodes de production connexes doivent être décrites pour les produits typiques notoirement connus (mais pas dans le cas des produits de base tels que le cacao ou le café);
- tous les produits ne peuvent pas faire l'objet d'une démarche IG.

La démarche IG est un moyen unique de combiner un outil de commercialisation collective (approche fondée sur le marché) avec la gestion d'un patrimoine culturel et d'une biodiversité (approche fondée sur les biens publics). Sa nature même explique sa capacité à contribuer au développement durable, dans ses trois composantes (économique, sociale et environnementale). Un certain nombre d'incidences positives ont déjà été observées et documentées dans des études sur les IG dans les pays européens, lesquels ont commencé à les utiliser plus tôt. On observe cependant une progression continue des IG dans les pays en développement.

#### ***b) Importance de la démarche IG au regard du développement rural durable et de la sécurité alimentaire***

D'un point de vue économique, une IG permet principalement de différencier certains produits des autres et de leur ajouter de la valeur, notamment si l'IG est mentionnée par un label sur le produit final, si les consommateurs la reconnaissent et si elle motive leur choix.

Dans ces marchés de niche, les produits sous IG sont moins dépendants des prix internationaux, et ils résistent mieux aux crises des marchés. En outre, le DPI confère une protection qui évite que la dénomination soit employée par des utilisateurs non légitimes. Il est intéressant de voir (comme dans l'exemple du poivre de Penja au Cameroun) comment la protection de l'IG peut permettre de gérer les appropriations injustifiées de la dénomination par des entités privées, sur le marché de l'UE comme sur les marchés locaux. Les incidences économiques varient en fonction de plusieurs facteurs – la

structure et le fonctionnement du secteur, son contexte, son évolution récente et les stratégies de ses différents acteurs –, mais les effets suivants sont observés dans de nombreux cas:

- i) renforcement de la réputation à l'issue de la démarche IG (reconnaissance officielle, et CdC définissant une qualité spécifique conforme aux exigences du marché);
- ii) augmentation des ventes (en quantité);
- iii) accroissement de la volonté de payer des consommateurs;
- iv) hausse du prix final et des prix payés aux producteurs;
- v) augmentation des revenus des producteurs;
- vi) réduction des coûts de production et de transaction;
- vii) amélioration de la qualité.

Point important, la nature collective de la démarche IG peut, dans de nombreux cas, permettre à des stratégies individuelles de converger vers un projet commun, ce qui produit des effets de synergie et permet donc des économies d'échelle, limite la concurrence et garantit des avantages à tous les acteurs (pour ce qui est de la délimitation géographique) au lieu d'apporter des avantages à certains plutôt qu'à d'autres.

Cet effet est directement lié à la capacité des IG à «relocaliser» des activités économiques et à redistribuer la valeur ajoutée aux acteurs locaux. La reconnaissance d'une IG permet également de protéger la production locale contre la concurrence des produits importés. Elle peut même contribuer à structurer et à renforcer la chaîne de valeur locale: les producteurs locaux de pommes de terre *Belle de Guinée*, par exemple, ont travaillé de concert pour promouvoir leur produit au moyen d'une marque collective.

La promotion d'une IG peut renforcer les liens entre les parties prenantes locales au sein de la chaîne de valeur – producteurs, unités de transformation, petits commerçants en amont et en aval – et stimuler les partenariats public-privé et le soutien des pouvoirs publics au niveau local. Les regroupements de petites et moyennes entreprises (PME) ou de systèmes de production locaux peuvent engendrer des externalités d'agglomération et favoriser un cercle vertueux de développement économique local.

Ces incidences économiques influent directement sur le développement rural et les aspects socioculturels en maintenant des activités économiques, ce qui permet souvent d'augmenter la production et l'emploi dans les zones rurales et d'offrir des moyens d'existence améliorés aux agriculteurs et à leur famille, comme cela a été constaté dans le cas du poivre de Penja et du café Ziama de Macenta<sup>4</sup>. Les produits alimentaires transformés sont particulièrement importants pour l'emploi des femmes. Il est utile de souligner que l'IG est un DPI extrêmement important pour les petits exploitants, du fait de sa dimension collective et de ses liens avec les pratiques traditionnelles – lesquelles sont souvent maintenues par les petits producteurs. La reconnaissance officielle d'une IG rend le produit, les producteurs et le territoire plus visibles, et renforce ainsi l'identité des agriculteurs et leur confiance en eux.

---

<sup>4</sup> Entre les campagnes 2011 et 2012, le prix payé aux producteurs de poivre de Penja a plus que doublé, et un prix minimum a été fixé. Les revenus des producteurs, la zone de production et l'emploi ont progressé de plus de 300 pour cent. Le café Ziama de Macenta se vend à un prix plus élevé sur le marché, et les revenus des petits producteurs ont augmenté (de 18 à 58 pour cent, selon les cas, dans l'échantillon considéré).

La réputation d'une IG ouvre de nouveaux débouchés économiques à d'autres produits et services provenant du même territoire – concept de «panier de biens et services territoriaux». Ces aspects sont particulièrement importants pour les zones fragiles (comme les déserts, les zones montagneuses et les terres humides), où l'intensification des techniques agricoles n'est pas envisageable et où l'on peut donc promouvoir les produits de terroir fondés sur une agriculture extensive. De fait, la démarche IG a une très grande incidence sur la préservation du patrimoine local, des connaissances et de la biodiversité. On comprend ainsi les liens entre la démarche IG, les coutumes, le paysage et le tourisme local, d'une part, et la conservation *in situ* des races et variétés locales, d'autre part. S'agissant des plantes indigènes et de leur utilisation traditionnelle, des discussions ont été engagées au niveau multilatéral entre l'OMC et l'OMPI, dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC et de la Convention sur la diversité biologique (CDB), afin de déterminer comment traiter la question des ressources génétiques / connaissances traditionnelles dans les interventions.

Enfin, le fait que le CdC d'une IG soit défini au niveau local garantit que les exigences seront adaptées aux conditions et aux besoins locaux. Même si la protection de l'environnement n'est pas envisagée en tant que telle dans le statut juridique et la définition de l'IG, elle peut être prise en considération dans le CdC, soit parce que les pratiques traditionnelles existantes sont respectueuses de l'environnement (voir l'exemple des fromages de montagne produits dans le cadre d'élevages de faible densité, avec peu de produits chimiques et des pâturages pauvres), soit parce que les parties prenantes veulent assurer la reproduction des ressources locales à long terme et préserver la bonne image du produit et de son territoire.

Du point de vue du consommateur, il convient de souligner les atouts importants d'une démarche IG – dans la mesure où le contexte institutionnel permet de protéger les producteurs et les consommateurs.

- La démarche garantit des caractéristiques spécifiques liées à l'origine et à la qualité – y compris la sécurité sanitaire des aliments (bien qu'il ne s'agisse pas d'un caractère propre aux IG) –, car les règles relatives à la production et à la transformation doivent assurer des ventes sur le marché formel.
- Elle permet de maintenir des produits de qualité spécifique sur le marché et offre davantage de possibilités de diversification des régimes alimentaires et, dans certains cas, des aliments plus nutritifs.
- Pour les consommateurs qui ont des liens socioculturels avec la région d'origine des produits sous IG, la démarche contribue à la préservation et à la recreation de ces liens, et renforce l'identité du consommateur.

### ***c) Facteurs et conditions favorisant la durabilité des indications géographiques***

La démarche IG doit être mise en œuvre d'une certaine manière si l'on veut garantir des retombées positives, faute de quoi elle risque de rester sans effet ou d'être contre-productive. Là encore, on dispose de nombreuses études sur les quatre éléments ou conditions qui déterminent la réussite d'une démarche IG durable. Les trois premiers se rapportent à des aspects locaux, tandis que le quatrième concerne le contexte national.

1. **Typicité des produits.** Le lien avec le terroir (qui englobe les notions d'origine et de ressources naturelles et humaines locales) doit être suffisamment solide pour garantir, d'une part, la différenciation du produit et la volonté de payer des consommateurs et, d'autre part, la capacité à influencer de manière positive sur les ressources locales. Ce lien doit servir de base pour établir le CdC et le droit à une protection. En ce sens, le CdC est un instrument essentiel en matière de durabilité – tout élément entrant dans les exigences du CdC aura une incidence sur les ressources sociales et naturelles. Par exemple, le fait que l'emballage du poivre de Penja soit régi par le CdC permet de s'assurer que cette opération est réalisée localement.
2. **Gouvernance des IG.** L'action collective, l'inclusion, la prise en compte des intérêts de toutes les parties prenantes (principalement les producteurs ou les agriculteurs, et les transformateurs) et la conduite de l'organisation IG sont essentielles à la réussite du projet, lors de son démarrage (définition des règles de l'IG), pendant sa mise en œuvre et au fil de son évolution, et ce dans toutes les composantes: reconnaissance officielle par l'enregistrement de l'IG, production, commercialisation, contrôles, extension territoriale, etc.  
Ce sont les acteurs locaux qui sont à l'origine du processus. Le capital social d'un leader et sa capacité à fédérer sont deux conditions importantes pour lancer une démarche IG. Par exemple, malgré le grand potentiel des échalotes de Dogon au Mali, les conflits entre les différents groupes de producteurs et le manque d'action collective coordonnée interdisent actuellement toute démarche IG. En revanche, la démarche IG qui a débouché rapidement sur l'enregistrement de la marque du riz étuvé Bora Malé («riz de boue» en langue soussou – qui pousse dans la mangrove du même nom en Guinée) est née du souhait unanime des parties prenantes de créer une organisation interprofessionnelle en vue de commercialiser directement ce produit. Les ONG locales peuvent contribuer considérablement à l'ajout de valeur en renforçant le caractère inclusif de la démarche, en instaurant un dialogue participatif et en construisant une vision IG durable.
3. **Liens avec les marchés.** Dès le début, la démarche IG doit déterminer les marchés et circuits appropriés, leurs exigences, et les acteurs voués à devenir des partenaires. Il est question ici du jeu plus ou moins favorable de la répartition des pouvoirs au sein de la chaîne de valeur, du point de vue de la gouvernance. Sans marché, une IG – en tant qu'outil de commercialisation – ne peut pas subsister, ni fournir les bases économiques d'une durabilité à long terme du processus global.
4. **Cadre institutionnel.** En tant qu'outil de propriété intellectuelle, une IG doit être protégée par un cadre juridique solide, et un organisme public reconnu sur le plan international peut être nécessaire pour accréditer les organismes de certification et de contrôle. La surveillance des marchés et la répression de la fraude font partie des mesures importantes visant à faire respecter la législation relative aux IG. Parallèlement à ces éléments de protection, le cadre institutionnel peut définir un certain nombre de politiques et de règlements afin de favoriser la durabilité de la démarche IG. En fait, plusieurs aspects de la démarche peuvent nécessiter un soutien et des orientations de la part des pouvoirs publics, et notamment: des recherches et des études destinées à démontrer le lieu de provenance; un appui pour la gouvernance locale (réglementation relative au statut de l'organisation économique, par exemple); une facilitation de la coopération entre les parties prenantes; un

développement de l'accès aux marchés au moyen de systèmes d'information sur ces derniers; et une sensibilisation des consommateurs.

Un appui spécifique peut également être fourni pour répondre aux besoins des petits exploitants présentant de faibles capacités (sur le plan technique ou financier, ou sur celui de l'accès aux connaissances et à l'information), afin d'éviter l'exclusion des plus pauvres. L'un des principaux problèmes est de trouver le juste équilibre entre l'intervention des autorités publiques et le jeu des acteurs économiques, de manière à fournir un appui suffisant tout en garantissant l'indépendance des acteurs publics et privés, et d'éviter d'imposer une approche descendante.

En pratique, il convient d'insister sur la **capacité d'investissement** (recherche-développement [R-D] dans le domaine de la logistique et de l'amélioration technologique), élément commun à la gouvernance des IG (manière dont les acteurs locaux s'organisent pour disposer des capacités nécessaires pour investir dans leur stratégie privée et collective) et au cadre institutionnel (investissement public, notamment dans la recherche, la formation, la sensibilisation et l'information des consommateurs).

En outre, une **dynamique territoriale** est importante pour la démarche IG, notamment lorsque celle-ci doit profiter non seulement aux acteurs de la chaîne de valeur, mais aussi à tous ceux du territoire, et qu'elle doit produire à la fois des effets économiques pour les PME, mais aussi des effets environnementaux et sociaux. Cette dynamique dépend notamment de l'importance du produit pour son territoire (image, économie et identité); de la complémentarité (et non de la concurrence) entre la production IG et d'autres activités; et des actions entreprises par les autorités publiques locales pour favoriser les synergies.

### 2.1.2. Possibilités et défis liés aux indications géographiques en Afrique

Le continent africain, de par ses ressources naturelles, sa culture et son histoire, offre sans aucun doute des potentialités en matière de développement des IG, mais il présente aussi des spécificités. Les possibilités suivantes méritent d'être soulignées.

#### a) *Possibilités de démarches IG en Afrique*

- L'Afrique possède un immense gisement de produits traditionnels qui apportent d'importantes contributions économiques, sociales et environnementales

Dans ce contexte de patrimoine culturel très riche et de grande diversité de terroirs, la dénomination de nombreux produits locaux se réfère à leur origine culturelle et/ou géographique et est utilisée à l'échelle d'un pays ou d'un groupe de pays. Nombre de produits de terroir alimentaires ou artisanaux méritent d'être protégés et développés au moyen d'une démarche IG. Les inventaires préliminaires réalisés dans le cadre de différents projets (ceux menés par l'OAPI, la FAO et oriGIn, par exemple) ont déjà permis de recenser un nombre important d'IG qui pourraient être enregistrées en tant que DPI.

Tous les pays africains présentent une grande diversité de produits traditionnels alimentaires et non alimentaires. Ces produits sont particulièrement adaptés aux besoins locaux, et entrent dans des spécialités culinaires locales caractérisées par de grandes valeurs nutritionnelles. Ils s'appuient également sur des variétés ou des races locales.

**ENCADRÉ 2.1****Divers produits traditionnels pouvant faire l'objet d'une démarche IG**

- Produits à base de viande tels que le *kilishi* (produit à base de viande séchée) (Nigéria, Niger, Cameroun, etc.)
- Produits laitiers comme le *wagashi*, fromage fabriqué par le groupe ethnique Peul dans les pays sahéliens
- Poissons ou produits de la mer tels que le *yett* (Sénégal) et la poutargue de Nouadhibou (Mauritanie)
- *Dihé*, spiruline (Tchad)
- Fruits et légumes tels que l'ananas de Maférinyah et le piment de Mamou (Guinée), le Violet de Galmi<sup>5</sup> (Niger) et l'échalote du Pays Dogon (*Bandiagara Jaba*) (Mali)
- Céréales et tubercules: riz Bora Malé (Guinée), igname Kponan de Bondoukou (Côte d'Ivoire), igname de Bassar (Togo), riz de Kovié (Togo), semoule de manioc [*attiéké*] de Grand Lahou (Côte d'Ivoire), *gari missé* (semoule de manioc) (Bénin)
- Épices et plantes telles que le poivre de Penja et le thé rooibos (Afrique du Sud)
- Miel, tel que le miel de Casamance (Sénégal) et le miel blanc d'Oku (Cameroun)

Il est intéressant de souligner le lien entre la plupart de ces produits et le rôle des femmes, dépositaires des méthodes de production et de transformation. En fait, les produits traditionnels peuvent souvent constituer le pivot d'un projet de développement axé sur les disparités entre les sexes (projets Slow Food sur la poutargue de Nouadhibou en Mauritanie, produite par des femmes nomades du groupe ethnique Imraguen, ou sur l'*attiéké* de Grand Lahou en Côte d'Ivoire, par exemple).

En outre, la plupart de ces produits représentent des alliés de poids dans la préservation de l'environnement, notamment dans les zones fragiles: les anacardiés, par exemple, jouent un rôle de barrière contre la désertification dans le nord de la Côte d'Ivoire. Les IG pourraient également contribuer à la préservation des forêts, notamment dans le secteur des essences de grande valeur (dimb, vène et teck, par exemple). Ces essences sont, à juste titre, célèbres et très recherchées, mais elles sont également menacées.

Les projets de promotion de produits IG pourraient jouer un rôle important dans la protection de l'environnement. Citons, par exemple, les mesures concernant le miel blanc d'Oku, qui ont mis un terme aux feux de brousse, ou la démarche IG relative au café Ziama de Macenta dans la forêt de Ziama, qui encourage les bonnes pratiques agricoles, et notamment la protection de l'environnement aux alentours du massif montagneux éponyme.

<sup>5</sup> Cet oignon est un produit IG potentiel prometteur, et est enregistré en tant que variété dans le *Catalogue ouest africain des espèces et variétés végétales*, mis au point et publié par la FAO et l'Institut du Sahel. Son aire de culture ne peut donc pas être limitée à un territoire donné, comme dans le cas d'une IG. Une marque d'oignons du Niger reposant sur l'origine serait néanmoins intéressante, mais il faudrait utiliser un autre nom, à moins de modifier celui de la variété.

**ENCADRÉ 2.2****Le continent africain, réserve importante de produits artisanaux IG**

On trouve sur le continent africain de nombreux produits de terroir artisanaux célèbres.

*Côte d'Ivoire*

- Toiles à motifs ornementaux de Korhogo, tissées et peintes à la main par le groupe ethnique Sénoufo
- Pagnes de Tiébissou
- Poteries de Katiola

*Casamance (Sénégal) et Guinée-Bissau*

- Pagnes en coton local fabriqués par le groupe ethnique Manjaque, célèbres dans le monde de la haute couture grâce au travail de la styliste Collé Sow Ardo, mais menacés par le coton importé de Chine

*Sénégal*

- Chaussures en cuir local renommées, fabriquées dans la ville de Ngaye Mékhé et très appréciées des Sénégalais comme des touristes, également menacées par les produits chinois

*Ouganda*

- Tissu d'écorce indigène – tissu reconnu comme un chef-d'œuvre du patrimoine immatériel de l'humanité

La démarche IG, pour des produits alimentaires ou non alimentaires, peut même être coordonnée avec le Patrimoine mondial de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) – un certain nombre de sites ont été reconnus en Afrique – et les Systèmes ingénieux du patrimoine agricole mondial (SIPAM)<sup>6</sup> de la FAO, définis comme «des paysages et des systèmes d'exploitation des terres remarquables et riches en diversité biologique d'importance mondiale qui dérivent de l'adaptation d'une communauté à la fois à son environnement et à ses besoins et ses aspirations au développement durable». Dans les deux cas, il s'agit de préserver et de promouvoir un patrimoine territorial, en s'appuyant sur un produit emblématique dans le cadre de la démarche IG ou en définissant les activités concernées dans le cas du patrimoine mondial et du patrimoine agricole. De ce fait, la combinaison de deux approches peut générer d'importantes synergies.

On peut également s'intéresser aux insectes comestibles. Par exemple, un insecte comestible très nutritif appelé *jentya* se trouve uniquement au Zimbabwe, plus précisément dans la province de Masvingo.

<sup>6</sup> Les SIPAM actuellement reconnus en Afrique sont les suivants: le système de ghout (oasis du Maghreb, Algérie); le système agropastoral Maasai Oldonyonokie/Olkeri au Kenya; le système agroforestier Shimbwe Juu Kihamba et le système agropastoral Maasai Engaresero en République-Unie de Tanzanie; l'oasis de Gafsa (oasis du Maghreb) en Tunisie; et le système oasien de l'Atlas marocain (oasis du Maghreb).

Le continent africain regorge également de cultures commerciales qui pourraient bénéficier d'une démarche IG et se différencier sur le marché international par leur référence à un pays ou à un territoire. On peut mentionner en particulier le café (d'Éthiopie, du Kenya, du Cameroun et de Guinée, avec une IG enregistrée pour le café Ziama de Macenta) et le cacao (de Sao Tomé-et-Principe, de Côte d'Ivoire et du Cameroun).

La préservation et la promotion de ces produits traditionnels par une démarche IG pourraient donc contribuer à la sécurité alimentaire, en permettant de continuer à commercialiser ces aliments sur les marchés locaux et en fournissant un revenu supplémentaire issu de leur vente sur des marchés internationaux différenciés.

- [L'Afrique représente un marché important et en croissance rapide pour ce type de produits](#)

Les consommateurs africains constituent un atout important pour le développement des produits IG. Premièrement, les produits de terroir traditionnels sont reconnus: ils sont demandés sur les marchés locaux par les consommateurs, qui sont prêts à payer un prix plus élevé pour s'en procurer.

- Une enquête auprès des consommateurs menée en 2009 a ainsi montré que les consommateurs locaux au Togo voulaient du riz de Kovié (34 pour cent le privilégiaient en raison de sa dénomination, et 24 pour cent en raison de ses caractéristiques spécifiques). Il en va de même pour le riz Bora Malé, très populaire en Guinée, vendu à un prix plus élevé que tous les autres riz locaux (montant supérieur de 25 pour cent) ou importés (montant supérieur de 10 à 20 pour cent).

La hausse de la demande de produits locaux découle de la croissance de la population urbaine et de la population africaine en général. Plus précisément, la classe moyenne s'étend en Afrique (elle présente le taux de croissance le plus élevé à l'échelle mondiale), et recherche sur un marché intérieur de plus en plus développé des biens de bonne qualité, et notamment des produits agricoles.

#### ENCADRÉ 2.3

##### À la découverte du patrimoine local et national

La création du label Bénin pour les produits de qualité sur les marchés locaux illustre l'engouement pour les produits locaux et l'importance de la provenance (à l'échelle du pays, dans ce cas). Les consommateurs urbains, en particulier, se lancent dans une «nouvelle quête d'identité»; ils souhaitent (re)découvrir leurs racines et leurs traditions au travers de leurs pratiques alimentaires et demandent des garanties quant à l'origine des produits.

C'est le cas pour le poivre de Penja au Cameroun: il est souvent plus rentable pour les exploitants de vendre leur production localement que de l'exporter.

Bien que la consommation de café soit assez faible au Kenya, de nombreux cafés ont ouvert leurs portes à Nairobi ces dernières années, ce qui montre l'intérêt pour le café d'origine certifiée dans cette zone urbaine. Il est intéressant de noter que ces marchés peuvent également être régionaux lorsque les produits traditionnels font partie d'un patrimoine qui ne s'arrête pas aux frontières d'un pays. C'est le cas par exemple du manioc ou du fromage *wagashi*, ou encore des produits destinés aux voyageurs et aux migrants. La diaspora représente en effet un débouché important pour ces produits, comme le montrent les cas du piment de Mamou (Guinée), du *gari missé* (Bénin) et l'huile de palme de Tsévié (Togo).



Le fait que les produits de terroir soient reconnus sur les marchés locaux et qu'ils jouissent d'une bonne réputation locale est un atout pour leur faire conquérir d'autres marchés. Cependant, jusqu'à présent, même si les consommateurs africains étaient attentifs aux produits de terroir, ils n'étaient généralement pas conscients de la protection offerte par les systèmes IG contre la fraude.

- [L'Afrique possède d'importants produits d'exportation sous IG, susceptibles de développer des synergies avec d'autres normes très demandées](#)

Les produits africains sous IG présentent un fort potentiel sur les marchés d'exportation, notamment les produits commerciaux clés auxquels on peut appliquer une stratégie de différenciation (ou «décommoditisation») pour résister aux fluctuations des cours mondiaux (café ou cacao, par exemple).

#### ENCADRÉ 2.4

##### **Produits commerciaux clés et indications géographiques**

La démarche IG pourrait être extrêmement intéressante pour des produits commerciaux emblématiques des pays africains, tels que le cacao de Côte d'Ivoire (premier producteur mondial); le cacao du Cameroun, avec sa couleur typique; le cacao de Sao Tomé-et-Principe et le café du Kenya et d'Éthiopie.

D'autres produits, une fois principalement implantés sur les marchés locaux, peuvent conquérir des marchés internationaux de niche, comme cela a été le cas pour le poivre de Penja et le thé rooibos. Dans ce cas, le système IG apporte des garanties de qualité importantes aux acheteurs (qualité spécifique et générique, y compris pour ce qui est de la sécurité sanitaire) grâce aux systèmes connexes de traçabilité et de gestion des risques, qui donnent en outre aux acheteurs des informations sur l'efficacité de la chaîne de valeur.

D'importantes synergies peuvent être générées en Afrique en combinant les IG avec d'autres normes volontaires, notamment celles relatives au commerce équitable et aux produits biologiques, très demandées sur les marchés internationaux. De fait, les normes privées représentent une part de plus en plus grande des produits d'exportation (devenant incontournables pour certains acheteurs de thé, de café, de bananes ou d'autres fruits, de chocolat, d'aliments transformés, etc.). Les IG sont des outils stratégiques qui peuvent être utilisés non pas pour concurrencer ces normes, mais pour fonctionner en synergie avec elles. En réalité, les IG définissent des règles relatives à des actions collectives et à des systèmes de contrôle interne qui sont également essentiels pour accéder à des certifications privées. Lorsque les institutions publiques renforcent les capacités des producteurs à utiliser les IG, elles aident également ces derniers à accéder à de nouveaux marchés qui requièrent une certification privée.

**ENCADRÉ 2.5****Stratégie de combinaison**

Le café Ziama de Macenta illustre la complémentarité entre les IG et les normes du commerce équitable, et l'intérêt de les associer dès le début, en établissant des partenariats avec les acteurs du commerce équitable sur les marchés d'exportation et en intégrant des exigences spécifiques dans le cahier des charges des IG.

Une stratégie de combinaison est peu contraignante, car les deux normes convergent dans leur conception d'une meilleure redistribution de la valeur ajoutée; elle assure en outre un prix minimum et l'accès à des marchés de niche appropriés. Lorsque les méthodes de production sont proches de celles des produits biologiques, une approche similaire peut être suivie pour combiner les IG et les normes biologiques, ainsi que les aspects connexes en matière de contrôle. En outre, les coûts liés aux contrôles ne changent pas beaucoup quand une ou plusieurs normes s'appliquent aux mêmes producteurs.

- [Intérêt des parties prenantes publiques et privées, et dynamique de dialogue en Afrique](#)

Il convient de mentionner les possibilités ouvertes par l'élan en faveur du développement des démarches IG en Afrique, qui s'appuie sur la dynamique actuelle que l'on constate dans le secteur privé comme dans le secteur public sur ce thème. De fait, la motivation des producteurs et l'appui institutionnel sont deux facteurs essentiels. Durant les différentes activités de renforcement des capacités en matière d'IG organisées en Afrique (formation régionale FAO-OAPI-CTA et séminaires UE-UA, notamment), tous les participants issus d'institutions publiques responsables des IG et de l'agriculture (ministères de l'agriculture, offices de la propriété intellectuelle) ainsi que les acteurs de la recherche et de la vulgarisation et les représentants des producteurs ont montré non seulement de l'intérêt, mais plus encore de l'enthousiasme pour le développement des IG. Les IG fédèrent les diverses parties prenantes du fait de leur référence à l'identité locale et au patrimoine national, de leur objectif de viabilité économique par un renforcement de la puissance commerciale face aux marchés internationaux et à la pression des acheteurs, et de leur prise en compte des diversités bioculturelles.

**ENCADRÉ 2.6****Convergence institutionnelle**

La combinaison des dimensions de bien public et de bien économique produit une forte incitation pour les acteurs publics et privés à dialoguer et à se mobiliser, comme l'illustre le cas du riz Bora Malé, dont les directives en matière de bonnes pratiques ont été validées par tous les acteurs du secteur et les services gouvernementaux (ministères de l'agriculture, de l'industrie et du commerce) et publiées officiellement en Guinée en 2014. Cela permet de promouvoir les produits sous IG par l'intermédiaire des réseaux institutionnels (salons, campagnes d'information, réseautage, etc.) et de faire participer d'autres partenaires aux fins de synergie et de financement. Les exemples du miel blanc d'Oku et du café Ziama de Macenta montrent comment les institutions financières ont été encouragées à participer, tandis que le cas du poivre de Penja illustre combien la visibilité de la zone de production de l'IG a facilité sa reconnaissance en tant que pôle d'activité, et lui a ainsi permis d'obtenir l'appui du Centre de développement de l'entreprise et un financement pour des activités de recherche.

Toutefois, on ne peut pas compter sur le fait que toutes les parties prenantes vont s'engager dans la démarche IG – en tant qu'action collective convergente. Certains producteurs risquent de promouvoir des règles trop strictes, qui ne pourront pas être respectées par les exploitants de plus petite taille ou plus pauvres. Certains négociants pourraient être réticents à proposer une majoration de prix pour le produit en question, et ne pas jouer la transparence. La création d'organisations ouvertes à tous les producteurs est donc une étape primordiale, de même que la mise en place d'espaces de négociation animés par les pouvoirs publics. Il est important de reconnaître que les conflits font partie du processus qui permet d'aboutir à une vision commune et à des compromis appropriés pour la plupart des acteurs. Il faut donc considérer le temps comme un allié dans les projets, et permettre les discussions nécessaires pour trouver des solutions.

À cet égard, il convient de souligner l'importance des projets pilotes pour renforcer les capacités aux niveaux des institutions territoriales et nationales, et pour transmettre les enseignements tirés de l'expérience et des démonstrations à toutes les parties prenantes intéressées, à l'intérieur et à l'extérieur des zones concernées (zones pionnières, notamment). Cela étant, le coût de ce processus d'apprentissage ne peut pas être supporté uniquement par les producteurs.

#### ENCADRÉ 2.7

##### **Le projet PAMPIG**

Le projet PAMPIG a appuyé des stratégies IG pour trois produits pilotes (café Ziama de Macenta, poivre de Penja et miel blanc d'Oku) et a permis de renforcer les capacités à la fois dans les territoires et au niveau régional. L'OAPI a mené des activités en faveur de l'enregistrement des IG, mais aussi du développement rural. Ces trois projets pilotes ont ouvert la voie à d'autres stratégies fondées sur les IG, en transmettant des enseignements sur le développement des chaînes de valeur et le développement commercial, mais aussi en renforçant les capacités au niveau institutionnel.

Les avantages seront amplifiés si les capacités développées au niveau régional sont portées au niveau national. Il est important de souligner que la durée d'un projet n'est pas suffisante pour permettre à l'action collective de se renforcer et qu'il convient donc d'intégrer les IG dans les stratégies et projets agricoles, territoriaux et environnementaux.

#### **b) Défis et besoins**

Malgré les grandes possibilités de développement des IG en Afrique, il reste un certain nombre de défis à relever. Ces derniers sont de deux natures: des problèmes d'ordre général inhérents à tous les projets de développement dans le secteur agricole et alimentaire; et des problèmes spécifiques des IG.

- Problèmes généralement rencontrés dans les projets de développement

Les grands problèmes que rencontrent généralement les projets de développement économique en Afrique, notamment ceux qui visent à autonomiser les producteurs, sont liés aux capacités de ces derniers: ce sont en effet souvent de petits exploitants éparpillés et non organisés; et lorsqu'ils *sont*, d'une manière ou d'une autre, organisés, ils se

heurtent à la faiblesse de leur organisation professionnelle, à des conflits structurels ou à un manque de confiance.

L'un des principaux facteurs qui limitent la réussite des projets de développement en Afrique est la capacité d'absorption insuffisante des petits producteurs, du fait de leur faible niveau d'instruction et de formation. Leurs ressources et leur capacité d'investissement sont limitées, et ils n'ont pas accès aux services de vulgarisation et aux systèmes d'information sur les marchés qui leur seraient nécessaires. Certains petits exploitants peuvent même ne pas avoir accès à des ressources de base, et se voir ainsi écartés de la production de biens de qualité.

Le cas du poivre de Penja au Cameroun en est une bonne illustration.

- Le CdC précisait que le poivre devait être lavé avec de l'eau propre, mais les petits producteurs n'avaient pas accès aux installations appropriées et risquaient donc d'être exclus de la stratégie de qualité.
- Dans le cadre de la reconnaissance de l'IG, les petits paysans, grâce à une action collective forte et à une bonne gouvernance, ont obtenu des fonds du Ministère de l'agriculture pour construire des puits. Cela leur a donné accès à l'IG et leur a permis d'améliorer leurs conditions de vie.

Tous les problèmes mentionnés ci-dessus ont une incidence défavorable sur la puissance commerciale des producteurs et sur leur capacité à obtenir une juste part de la valeur ajoutée et une redistribution équitable de cette dernière. Le phénomène est encore plus marqué dans le cas des produits d'exportation, car les chaînes d'approvisionnement sont extrêmement longues et comprennent une multitude de parties prenantes. Plus spécifiquement, les producteurs du secteur alimentaire manquent de ressources pour investir dans les technologies et augmenter la qualité et la traçabilité des produits alimentaires, ce qui débouche sur des problèmes de sécurité sanitaire. Ils n'ont en outre pas de contrôle sur les segments en aval, où la qualité des produits alimentaires peut se détériorer du fait de méthodes d'emballage et d'entreposage inappropriées ou de pratiques volontairement frauduleuses. L'emballage nécessitant souvent des investissements qui sont hors de portée des exploitants, de nombreux produits sont vendus en vrac. Cela ne va pas dans le sens des normes IG, qui considèrent l'emballage et l'étiquetage comme des outils importants pour informer le consommateur et pour garantir l'origine à l'aide d'un logo IG spécifique (voir par exemple le cas de la production de thé rooibos, exportée en vrac à hauteur de 90 pour cent).

On comprend en outre pourquoi ce sont principalement des matières premières qui sont vendues sur les marchés d'exportation, avec la perte correspondante de valeur ajoutée et une démarche IG inadéquate (aucune responsabilité quant au produit final). Le problème pourrait être lié dans certains cas aux accords commerciaux internationaux, susceptibles de favoriser ou de limiter l'exportation de produits transformés, selon le niveau des taxes.

Dans ce contexte, il convient de souligner la capacité des projets IG à s'attaquer à ces problèmes d'ordre *général*, notamment en renforçant les chaînes de valeur et en instaurant une coopération entre les acteurs.

**ENCADRÉ 2.8****Actions collectives**

Dans le cas du café Ziama de Macenta, une action collective a permis de renforcer l'approche fondée sur la chaîne de valeur, en instaurant un climat de confiance entre les producteurs et les coopératives (celles qui existaient avant le projet et celles qui ont vu le jour après), afin de faire en sorte que celles-ci continuent à absorber la plus grande partie de la production et d'éviter que d'autres acheteurs ne s'emploient à maintenir les agriculteurs isolés les uns des autres. Un système efficient de traçabilité et de contrôle interne a également été mis en place pour abaisser le coût de la certification.

La création d'un organisme interprofessionnel pour le poivre de Penja (regroupant les pépinières, les producteurs et les détaillants) a également amélioré l'organisation de la chaîne de valeur et renforcé l'autonomie des producteurs, en les faisant bénéficier d'un prix minimum fixé d'un commun accord, ainsi que de services liés à la production et à la diffusion d'innovations. Outre des économies d'échelle et une amélioration de la qualité du poivre, ces services garantissent l'autonomie financière de l'organisation IG.

L'un des facteurs qui incitent fortement les acteurs de la chaîne de valeur à promouvoir l'action collective est la nécessité de protéger la réputation de leurs produits sous IG. Les producteurs de pommes de terre *Belle de Guinée* ont ainsi été en mesure de réagir rapidement et collectivement afin d'enregistrer leur IG en tant que marque. Bien organisés, les petits producteurs de poivre de Penja ont pu accéder à l'eau propre dont ils avaient besoin. Ces accomplissements sont importants non seulement pour promouvoir la production IG, mais aussi pour permettre aux petits exploitants de mener une vie saine.

La démarche IG répond au manque de confiance et aux conflits par un processus de sélection (définition de règles communes) qui permet, grâce à la médiation du projet, d'établir les accords nécessaires et d'instaurer un climat favorable. Les objectifs des différents acteurs de la chaîne de valeur peuvent diverger, comme dans le cas du thé rooibos, où la médiation du projet IG a aidé à définir une vision de développement commune.

- Problèmes spécifiques liés aux IG

Lorsque les stratégies IG sont assez récentes, comme en Afrique, l'un des grands problèmes est le manque de sensibilisation des différentes parties prenantes, qu'il s'agisse des acteurs de la chaîne de valeur, des autorités ou des consommateurs. Les stratégies IG peuvent se révéler complexes, car elles nécessitent à la fois des approches pluridisciplinaires (agronomiques, technologiques, économiques, juridiques, etc.) et des approches multipartites (acteurs privés et publics) à chaque stade du processus (définition des potentialités, sélection et définition des règles, commercialisation, contrôle et certification). De ce fait, des politiques *ad hoc* sont nécessaires pour promouvoir spécifiquement l'IG comme un outil de développement durable, pour renforcer les capacités de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur et pour informer les consommateurs. Ce point est particulièrement crucial lorsque les petits producteurs manquent de compétences techniques et que les autorités publiques ne sont pas formées à l'utilisation des IG.

Les autorités publiques doivent disposer de suffisamment de ressources pour investir à la fois dans la protection et dans la promotion de l'outil IG, ce qui s'avère souvent compliqué dans les pays africains. Le cadre institutionnel et juridique n'est pas toujours suffisant pour assurer une application efficace des mesures de protection: les systèmes de garantie (certification, inspections et contrôles, par exemple) font souvent défaut, de même que les organismes d'accréditation et les organismes de certification accrédités. Cela étant, il convient de mentionner le cas du label Bénin<sup>7</sup>, dont le système de certification est soutenu par le Ministère de l'agriculture, lequel joue un rôle important en appuyant le développement du label et en veillant à sa promotion au niveau national. Lorsqu'il existe des organismes de certification, les coûts liés à cette dernière représentent un problème important, que ce soit pour les producteurs dans le cas d'une certification privée ou pour les autorités dans le cas de systèmes publics. Une certification par un organisme tiers est nécessaire pour les marchés d'exportation, mais d'autres systèmes peuvent être conçus pour les produits sous IG vendus en petites quantités sur les marchés locaux. Un système approprié, adapté aux conditions locales, et fondé sur des outils et des méthodes simples couplés à un système participatif de garantie (SPG)<sup>8</sup>, doit être élaboré, et être reconnu officiellement. En Afrique et dans le monde entier, des SPG ont été élaborés essentiellement pour des produits biologiques sur des marchés locaux<sup>9</sup>; leur faisabilité dans le cas des IG pourrait être étudiée dans le cadre d'un projet spécifique.

#### ENCADRÉ 2.9

##### Systèmes de contrôle

Le système de contrôle mis en œuvre pour le *gari missé* de Savalou au Bénin repose sur les relations sociales. Ce produit n'est pas vendu sur les marchés locaux (différenciation des autres produits); il est acheté par des intermédiaires bien identifiés, qui cultivent des relations de confiance. En cas de fraude (contrôle social), les acheteurs sont exclus du système.

Le SPG, soutenu par la Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique (IFOAM) pour les produits biologiques, et reconnu officiellement par un nombre croissant de pays d'Amérique latine et d'Asie, pourrait être un modèle intéressant pour les IG en Afrique (l'expérience actuellement menée dans la région de Santa Catarina au Brésil apparaît notamment particulièrement pertinente).

Des outils et des méthodes simples en matière de contrôle interne peuvent être conçus et mis en œuvre en fonction des conditions locales et des capacités des petits exploitants. Les détaillants de poivre de Penja ont créé un système fondé sur l'autodiscipline afin d'éviter la fraude (le poivre de Penja était parfois mélangé à du poivre de mauvaise qualité venant de China ou de Dubaï).

<sup>7</sup> Le label Bénin n'est pas une IG à proprement parler, mais un label fondé sur une norme nationale destiné à garantir un approvisionnement local et une qualité de production spécifique.

<sup>8</sup> Définition de la Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique: «Les systèmes participatifs de garantie (SPG) sont des systèmes d'assurance qualité à orientation locale. La certification qu'ils accordent aux producteurs prend pour base la participation active des parties prenantes, et ils ont pour fondement la confiance, les réseaux sociaux et l'échange de savoirs.» Parmi les différentes parties prenantes, les consommateurs peuvent jouer un rôle important.

<sup>9</sup> Voir, par exemple, les études de cas sur les SPG élaborées par le Centre Songhai au Bénin et par la Namibian Organic Association et Freshveggies en Ouganda, dans l'étude FAO/Institut national de la recherche agronomique (INRA), à paraître, intitulée *Innovations pour relier les pratiques agricoles durables aux marchés*.

Comme nous l'avons mentionné plus haut, il est important de tenir compte des coûts de certification lors de l'élaboration d'une démarche IG. Une analyse au cas par cas des coûts et des avantages, en fonction du système et de la production (volume et prix) doit être réalisée. Généralement, la démarche IG n'engendre pas de coûts spécifiques, car elle n'entraîne pas de modification des pratiques existantes, à moins qu'il ne soit nécessaire de renforcer la qualité générique, ou d'utiliser des ressources locales eu égard aux aspects généraux relatifs au développement.

Les questions transnationales – découlant de la délimitation des frontières du continent effectuée lors de la Conférence de Berlin en 1884-1885 – font partie des obstacles les plus importants au développement des IG en Afrique. Dans le contexte africain, il conviendrait d'envisager des IG transnationales. Un exemple d'IG transnationale est l'huile de pépins de melon du désert du Kalahari (région à cheval sur la Namibie, l'Afrique du Sud et le Botswana).

Pour finir, si la gouvernance est un aspect général qui doit être pris en compte dans tout projet, il convient de souligner la complexité particulière qu'elle revêt dans le cas des IG, du fait de son approche multidimensionnelle. La mise en place et la gestion d'une démarche IG font appel à plusieurs disciplines (juridiques, agronomiques, économiques, etc.), et nécessitent des plateformes multipartites regroupant des acteurs privés – aux différents stades des chaînes de valeur, notamment – et des secteurs publics (reconnaissance, appui). La garde de l'IG doit être confiée à un organisme interprofessionnel solide. En outre, des conflits surgissant parfois lors de la définition des règles de l'IG, une médiation peut se révéler nécessaire. La consolidation de l'action collective et la construction de la gouvernance demandent du temps et des compétences spécifiques – conditions nécessaires à un développement local rationnel. Il ne s'agit pas seulement des compétences techniques nécessaires pour établir et maintenir un système de contrôle interne, mais aussi des compétences d'animation qui permettent de définir les principaux problèmes liés au développement, de proposer des solutions appropriées et de vérifier que ces dernières sont mises en œuvre de manière adéquate sur le long terme.

### **2.1.3. Conclusions et recommandations**

L'Afrique présente d'énormes potentialités et possibilités en matière de développement de stratégies IG destinées à contribuer à la sécurité alimentaire et au développement rural durable:

- grand réservoir de produits traditionnels susceptibles d'avoir des incidences non négligeables sur la société (y compris en ce qui concerne le rôle des femmes) et sur l'environnement;
- marché local en croissance rapide et produits d'exportation emblématiques;
- grand intérêt manifesté par les parties prenantes publiques et privées;
- capacités déjà en place.

Il reste cependant un certain nombre de problèmes à résoudre. Les projets IG peuvent servir de moteurs pour remédier aux problèmes d'ordre général auxquels se heurtent les parties prenantes en matière de développement (faiblesse des capacités techniques, organisationnelles et financières des producteurs; problèmes de sécurité sanitaire des aliments; emballage et puissance commerciale), en plaçant les acteurs locaux, notamment les petits exploitants, au centre du processus local, en mobilisant de multiples parties, des approches pluridisciplinaires et un soutien sur l'axe de coordination public-privé. L'action collective étant par nature une dimension essentielle de la démarche IG, le projet peut être utilisé comme un levier pour établir la confiance et renforcer la solidarité. Le temps est un allié précieux dans toutes les phases du projet. Les rôles respectifs des acteurs doivent être clairement identifiés dès le début, afin de concevoir le processus de développement approprié. Les problèmes spécifiques liés au développement des IG appellent une vision pour l'Afrique: celle d'une démarche IG contribuant à la sécurité alimentaire et au développement rural durable. En outre, à la lumière des possibilités et des enjeux au niveau mondial, on voit clairement se dessiner la spécificité de l'Afrique s'agissant du développement des IG. Cette question doit être analysée et définie plus avant. Cependant, un certain nombre d'éléments nécessitent de définir et de promouvoir une approche africaine du développement des IG. Certaines de ces spécificités, et leurs perspectives d'intégration dans une approche africaine, sont présentées ci-après.

- De nombreux produits traditionnels sont liés à des variétés et des races locales, des méthodes de production traditionnelles, des recettes traditionnelles, etc., et à des marchés bien délimités (peu de surplus de production). Pourrait-on concevoir une démarche IG spécifiquement pour ces produits provenant d'une zone bien définie et proposés en petit volume sur les marchés intérieurs afin de préserver et de promouvoir ce patrimoine et de contribuer à la sécurité alimentaire?
- Un grand nombre de produits artisanaux pourraient bénéficier d'une démarche IG. Ces produits sont étroitement liés à des groupes ethniques ou culturels qui sont désormais dispersés sur de vastes zones (sans lien étroit avec le territoire physique). Pourrait-on concevoir un cadre IG spécifique en vue de valoriser ces produits artisanaux?
- Des systèmes agricoles traditionnels importants liés à des écosystèmes spécifiques (pastoralisme, oasis, agropisciculture en plaine d'inondation, nombreux systèmes agroforestiers, etc.) pourraient être reconnus comme des SIPAM. Pourrait-on relier spécifiquement les stratégies IG et les projets de l'Organisation des Nations Unies destinés à offrir une reconnaissance à des sites remarquables ou à des éléments du patrimoine immatériel?
- Du fait de leur lien avec une grande communauté ou une zone naturelle spécifique, un certain nombre de produits sous IG peuvent être trouvés dans différents pays africains (les écosystèmes ou les groupes socioculturels pouvant s'étendre sur plusieurs pays). Les institutions régionales responsables des IG et les CER pourraient-elles élaborer des IG régionales en Afrique, en recourant à une procédure simplifiée / spécifique?
- Pour contribuer au développement rural durable, une démarche IG africaine nécessite une répartition équitable du revenu entre les différents acteurs de la filière d'approvisionnement des produits. Il y a toutefois le risque de voir des groupes dotés d'un pouvoir de négociation plus important s'approprier la plus grande partie des gains économiques. Il est donc primordial de prévoir des mécanismes destinés à assurer un partage équitable des avantages des IG.



- Certains coûts de certification par des organismes tiers sont inacceptables pour les marchés locaux, or les consommateurs africains devraient être en mesure de trouver des produits spécifiques qui soient économiquement abordables et les communautés locales pourraient être en mesure de définir leurs propres systèmes de contrôle. Un SPG africain pourrait-il être défini et reconnu officiellement?
- Le CdC des IG relatives à des produits alimentaires et artisanaux (lorsqu'il est défini de manière à servir le développement durable) est tout à fait adapté au contexte du commerce équitable. Les IG africaines pourraient-elles intégrer, dans toute la mesure du possible, les principes du commerce équitable et la certification, et les deux systèmes de certification pourraient-ils être fusionnés ou rendus compatibles?
- Les IG peuvent contribuer à résoudre de nombreux problèmes de développement en Afrique, et à renforcer la sécurité alimentaire, sous réserve que les produits IG alimentaires sur les marchés locaux soient accessibles à la majorité des consommateurs. Lorsque des produits sous IG sont destinés au marché d'exportation, ils peuvent tout de même améliorer la sécurité alimentaire en augmentant les revenus des agriculteurs (du fait des liens noués avec des marchés rémunérateurs).

Nous venons d'énumérer quelques-uns des nombreux aspects liés au développement des IG en Afrique. L'élaboration d'une approche africaine spécifique se justifie, notamment en ce qui concerne les méthodes de certification et les outils de commercialisation (systèmes de garantie, combinaison de normes volontaires, systèmes de labellisation et de conditionnement, aides à la transformation, mesures en faveur des partenariats économiques, etc.). Les autorités publiques et les organismes chargés de mettre en œuvre le projet ont également un rôle important à jouer dans le renforcement des capacités et la sensibilisation.

Revenons aux quatre facteurs favorisant le développement des IG afin de tirer les conclusions d'une analyse des forces, faiblesses, possibilités, menaces recensées en Afrique.

TABLEAU 2.1

**Facteurs favorisant le développement des indications géographiques**

<b>Facteurs</b>	<b>Forces / possibilités</b>	<b>Faiblesses / menaces</b>	<b>Perspectives</b>
<b>Typicité des produits</b>	Les pays africains sont un réservoir de produits alimentaires et artisanaux typiques, qui présentent un lien très fort avec leur lieu d'origine, la culture et la biodiversité Patrimoine important qu'il convient à la fois de protéger et de promouvoir, ces produits sont essentiels au développement durable et au renforcement de la sécurité alimentaire	Manque de sensibilisation (des producteurs et des autorités publiques)	Recensement, à l'aide de processus participatifs locaux, des produits IG qui pourraient être enregistrés dans chaque pays et qui pourraient contribuer de manière essentielle au développement rural et à la sécurité alimentaire
<b>Gouvernance des IG</b>	Les potentialités des IG suscitent actuellement l'intérêt de certaines	Fragmentation des producteurs et conditions nécessaires pour une action collective (confiance,	Projet IG présenté comme un facteur favorisant la confiance et une action collective inclusive des parties prenantes,

	parties prenantes publiques et privées influentes	mesures visant à faire respecter les droits) Complexité des démarches IG et de leur gouvernance (multipartite, pluridisciplinaire) Processus à long terme nécessitant une forte participation et un financement régulier	avec un accent particulier sur le rôle des femmes et des jeunes, ainsi que des organisations de petits exploitants
<b>Liens avec les marchés</b>	Consommateurs africains des classes moyennes et moyennes supérieures prêts à payer (marché local et régional) Potentialités liées au marché d'exportation, notamment en synergie avec d'autres normes volontaires Normes nationales existantes pour certains produits d'exportation	Manque de sensibilisation des consommateurs au sujet des IG Problèmes liés à un manque de capacités techniques et financières dans les secteurs publics et privés Faibles flux d'échange intrarégionaux	Développement de produits pilotes et consolidation des chaînes de valeur, également au moyen de regroupements, afin de renforcer les capacités et de tisser des liens avec les marchés Stimulation du commerce intra-africain et des exportations de produits sous IG au moyen de partenariats économiques et avec le soutien des CER Campagnes de sensibilisation et d'information des consommateurs
<b>Cadre institutionnel</b>	Intérêt des parties prenantes et appui institutionnel Réactivité en cas d'usurpation OAPI et ARIPO	Manque de ressources institutionnelles Coût de la certification Faible capacité coercitive s'agissant des réglementations et de la protection de la dénomination Peu d'appui formel à la R-D Manque de coordination et de synergie au sein des acteurs et organismes qui apportent un soutien aux niveaux national et régional	Élaboration d'une vision, d'une démarche et de partenariats africains (y compris des programmes de recherche-action) afin de renforcer l'environnement propice au moyen de synergies entre les pays, les partenaires et les projets d'assistance technique

Ces différents éléments montrent la nécessité d'élaborer une stratégie continentale pour le développement des IG en Afrique, ainsi que l'intérêt que suscite une telle stratégie, et étayent les recommandations y afférentes formulées ci-après.

- Définir, concevoir et promouvoir une vision et une démarche IG africaines pour le patrimoine alimentaire et artisanal du continent, avec des programmes, outils et méthodes IG appropriés et spécifiques, notamment en ce qui concerne l'enregistrement (directives relatives au contenu du CdC destinées à garantir la durabilité, IG régionales); la commercialisation (lien avec d'autres normes, facilitation du commerce régional); et la certification et les contrôles (SPG).
- S'appuyer sur les expériences et capacités existantes (OAPI) et veiller à la diffusion de ces connaissances, grâce à un dialogue permanent sur des plateformes multipartites et multisectorielles nationales, régionales et continentales (autorités publiques dans différents domaines tels que la propriété intellectuelle, l'agriculture, l'alimentation,

etc., plateformes d'agriculteurs, acteurs du marché), en laissant la direction aux parties prenantes africaines tout en nouant des partenariats avec des acteurs clés au niveau international (e.g. OriGIn, Slow Food, IFOAM).

- Sensibiliser les diverses parties prenantes dans les pays africains (acteurs économiques, autorités publiques, consommateurs), et diffuser des informations, renforcer les capacités et encourager les acteurs publics à promouvoir les démarches IG en tant qu'outil de développement rural durable (politiques de protection et de soutien) en intégrant systématiquement ces sujets dans les politiques nationales.
- Faciliter la commercialisation des produits sous IG en vue d'augmenter la sécurité alimentaire: i) sur les marchés locaux, en sensibilisant les consommateurs et en donnant les moyens de maintenir une disponibilité des produits au niveau local à des prix raisonnables; et ii) dans le cadre des échanges intra-africains et des exportations, en particulier, en améliorant les systèmes d'information sur l'«accès aux marchés», en encourageant une reconnaissance mutuelle ou une harmonisation des règles des différents pays africains et en encourageant les partenariats économiques.
- Soutenir la R-D qui associe l'innovation de produit et l'innovation sur les marchés avec la préservation de la spécificité et de l'identité des produits.
- Mettre en œuvre des projets IG afin de remédier aux problèmes de développement généraux et aux problèmes spécifiquement liés aux IG au moyen de pilotes, en soulignant l'importance de l'inclusion (soutien des organisations de petits exploitants pour leur permettre de défendre leurs intérêts et mise en avant du rôle des femmes et des jeunes) et de la durabilité environnementale (préservation des ressources naturelles nécessaires aux résultats à long terme de la démarche IG, importance de la résilience face au changement climatique).
- Mettre en place des mécanismes de consultation / négociation au sein des diverses parties prenantes à la démarche IG (notamment les producteurs, les représentants des administrations centrale et locales et les acheteurs / exportateurs) afin d'aboutir à un compromis acceptable pour tous.
- Mener des recherches spécifiquement axées sur le contexte africain afin de contribuer à l'élaboration de programmes, d'outils et de méthodes appropriés (dans le cadre de la démarche africaine), notamment pour recenser les produits IG dans tous les pays (inventaire du patrimoine et des potentialités) et encourager la diffusion de ces modèles par l'intermédiaire de services de vulgarisation.

## 2.2. CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL EXISTANT

La plupart des pays africains sont membres de l'OMC et, en tant que tels, sont censés mettre en place des moyens juridiques pour protéger les IG. Cependant, aux termes de l'article premier de l'Accord sur les ADPIC, les États membres de l'OMC sont libres de choisir les mesures de protection appropriées pour les produits de terroir, à condition qu'elles ne contreviennent pas aux dispositions dudit accord. Ces mesures vont généralement des règles sur la concurrence déloyale au droit des marques, en passant par des législations spécifiques – ce que l'on appelle le droit *sui generis*.

De nombreux pays africains ont mis en place une forme ou une autre de protection, mais certaines législations sur les IG ne sont pas conformes à l'Accord sur les ADPIC ou tellement nouvelles qu'elles ne reflètent pas toujours les intérêts des producteurs africains. À cet égard, il ne convient pas seulement de considérer la disponibilité d'options de protection, il faut également s'intéresser au champ de cette dernière. De fait, les pays

africains disposent d'un haut niveau de protection des IG dans le cadre des négociations ADPIC, mais ils n'ont pas tous profité de l'occasion de faire respecter des normes<sup>10</sup> de protection plus strictes sur leur territoire, en dépit des options qui existent au niveau national ou régional.

Cela étant, la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC n'est que l'une des lignes d'action possibles. Les pays africains pourraient exploiter davantage d'options en matière de protection et d'application effective de la propriété intellectuelle<sup>11</sup>, en intégrant plus étroitement les aspects des IG liés au développement, au lieu de s'attacher uniquement au respect de l'accord sur les ADPIC. En fait, très peu de pays africains sont membres d'autres conventions internationales susceptibles de mieux protéger leurs intérêts.

### 2.2.1. Contexte mondial

Les IG des biens ont suscité de tout temps un grand intérêt, et notamment au moment où on a cessé de produire les biens en question pour une consommation personnelle. Les IG étaient utilisées sur le marché national pour différencier des biens de même catégorie associés à une qualité minimale ou à une réputation spécifique, mais aussi pour garantir leur origine au consommateur, et justifier de ce fait leur prix plus élevé. Dans ce contexte, on comprend bien le problème posé par l'utilisation abusive des dénominations par des profiteurs. Cette utilisation abusive aboutissait à un transfert des profits économiques générés par la dénomination à des opérateurs illégitimes, et des mesures de prévention étaient nécessaires. Cependant, à l'époque, en vertu de ce que l'on appelle le principe de territorialité des DPI, ces mesures offraient uniquement une protection contre les violations perpétrées sur le territoire de l'État dans lequel l'AO était protégée. Il n'existait aucun moyen juridique de lutter contre les utilisations abusives de dénominations à l'étranger. Or les moyens de transport se sont développés et, avec eux, les échanges au niveau international; cette situation a entraîné un vide juridique et donc un risque de fraude susceptible de déboucher sur des pertes considérables de recettes.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, les États ont décidé de coopérer à l'échelle internationale sur cette question. Il a fallu toutefois beaucoup de temps pour parvenir à des normes minimales de protection des IG applicables au plus grand nombre de pays possible. Et pourtant, le cadre juridique actuel de protection des IG est considéré comme insatisfaisant, du moins du point de vue des intérêts des pays africains. La longue saga juridique a commencé avec la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883), et s'est poursuivie avec l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits (1891), l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958) et finalement l'accord sur les ADPIC (1994). En 2015, l'Acte de Genève révisant l'Arrangement de Lisbonne a été adopté; son entrée en vigueur requiert cinq adhésions ou ratifications.

<sup>10</sup> Des normes qui répondent à leurs besoins particuliers.

<sup>11</sup><http://www.ictsd.org/bridges-news/bridges-africa/news/a-look-into-the-real-picture-of-ip-challenges-for-african-ldcs>

Entre autres choses, ce nouvel acte modernise et actualise l'Arrangement de Lisbonne en prévoyant une protection et un enregistrement international des IG parallèlement aux AO, en autorisant les organisations intergouvernementales, telles que l'OAPI ou l'ARIPO<sup>12</sup>, à adhérer à l'arrangement et en permettant d'enregistrer des IG et des AO transnationales (voir l'annexe 3).

L'élaboration de l'accord sur les ADPIC (15 avril 1994) a marqué une étape importante. Pour la première fois dans l'histoire de la protection internationale des IG, une convention:

- définissait le concept d'IG pour l'ensemble des membres de l'OMC (164 à l'heure actuelle);
- exigeait de ses membres qu'ils fournissent un niveau minimal de protection pour l'ensemble des DPI, y compris les IG.

L'accord sur les ADPIC prévoit cependant un régime de protection à deux niveaux, avec une protection minimale pour tous les produits sous IG et une protection supplémentaire pour les IG concernant les vins et spiritueux. S'agissant des IG, conformément à



l'article 22.2 de l'Accord sur les ADPIC, les États membres doivent prévoir les moyens juridiques qui permettront aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation de dénominations géographiques correspondant à des IG dans les États membres de l'OMC d'une manière qui induirait le public en erreur quant à la véritable origine géographique du produit ou qui constituerait un acte de concurrence déloyale. Ce régime repose sur le risque de confusion pour le consommateur, confusion que les parties illégitimes créent dans l'esprit de ce dernier en utilisant les IG en conjonction avec des expressions telles que «type», «genre», «style», etc. (on parle également de termes de «délocalisation»).

La charge de la preuve reposant sur les producteurs IG, ces derniers doivent porter leur affaire devant un tribunal national et prouver qu'une telle mention est trompeuse pour le consommateur. Les coûts et la durée de la procédure sont considérables. En outre, les critères retenus pour apprécier la confusion créée dans l'esprit du consommateur étant différents selon les pays, l'article 22.2 de l'Accord sur les ADPIC ne garantit pas d'avoir gain

<sup>12</sup> Il convient de noter que, conformément à l'article 28.1, iii): «toute organisation intergouvernementale peut signer le présent Acte et devenir partie à celui-ci si au moins un de ses États membres est partie à la Convention de Paris et si l'organisation intergouvernementale déclare qu'elle a été dûment autorisée, conformément à ses procédures internes, à devenir partie au présent Acte et que s'applique, en vertu du traité constitutif de l'organisation intergouvernementale, une législation selon laquelle des titres de protection régionaux peuvent être obtenus à l'égard des indications géographiques». En d'autres termes, l'OAPI peut, à ce stade, devenir partie à l'Acte de Genève sous réserve d'y être dûment autorisée par ses pays membres, mais l'ARIPO ne le peut pas, car elle n'enregistre pas de titres de protection régionaux.

de cause dans de telles affaires devant une juridiction étrangère. L'article 23 de l'Accord sur les ADPIC confère une protection supplémentaire aux IG portant sur les vins et les spiritueux. En vertu de l'article 23.1, tous les membres de l'OMC doivent prévoir les moyens juridiques qui permettront aux parties intéressées d'empêcher qu'une IG soit utilisée pour des vins ou des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'IG en question. Dans le cas des vins et des spiritueux sous IG, la protection n'est pas subordonnée à la démonstration d'un risque de confusion pour le consommateur. L'article 23 offre une réelle protection, même lorsque la véritable origine des biens est indiquée sur l'étiquette ou lorsque des parties illégitimes utilisent l'IG dans une traduction ou l'associent à des termes de délocalisation<sup>13</sup>.

L'état actuel du droit en la matière fait l'objet de négociations internationales au sein de l'OMC. Le «groupe Afrique»<sup>14</sup> – avec l'UE et la Suisse<sup>15</sup> – négocie en vue d'étendre cette protection supplémentaire à toutes les IG de produit, notamment parce qu'il serait coûteux pour les producteurs de prouver le risque de confusion pour les consommateurs dans le cadre de chaque allégation d'utilisation abusive de leurs dénominations et parce que les pays africains ne sont pas, à l'exception de l'Afrique du Sud, de grands producteurs de vins et de spiritueux<sup>16</sup>. Le groupe Afrique soutient également la mise en place d'un registre multilatéral qui serait ouvert à toutes les IG et contraignant pour l'ensemble des États membres de l'OMC. Aucun consensus n'a été trouvé au cours des 15 dernières années sur l'extension de la protection internationale dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC et sur le registre international.

Dans ce contexte, les pays africains doivent tirer parti des possibilités qui s'offrent à eux au niveau international, telles que l'Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne sur la protection des IG et des AO, pour assurer une protection effective de leurs IG à l'étranger. Étant donné que la protection et l'enregistrement des IG au niveau international ne sont possibles que si ces dernières sont protégées au niveau national, l'existence d'un cadre opérationnel à cet échelon revêt la plus haute importance. Les IG africaines doivent être protégées efficacement au niveau national / régional afin d'éviter de s'exposer à des utilisations abusives et à une généricité qui aboutirait au bout du compte à l'impossibilité de protéger les dénominations sur le marché international.

### 2.2.2. Voies juridiques possibles pour protéger les IG: avantages et inconvénients

Il convient de préciser que, par «indication géographique», on entend les dénominations géographiques qui ont acquis un caractère unique de par leur association à un produit donné, indépendamment du fait qu'elles soient ou non enregistrées. De fait, pour la

<sup>13</sup> Manuel pratique sur les indications géographiques pour les pays, p. 21.

<sup>14</sup> Les membres du groupe Afrique sont les suivants: Afrique du Sud, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Égypte, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Kenya, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mali, Maroc, Maurice, Mauritanie, Mozambique, Namibie, Niger, Nigéria, Ouganda, République centrafricaine, République démocratique du Congo, République-Unie de Tanzanie, Rwanda, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Swaziland, Tchad, Togo, Tunisie, Zambie et Zimbabwe.

<sup>15</sup> Pour plus d'informations sur les pays qui défendent la «proposition majoritaire», veuillez vous reporter au document *Projet de modalités concernant les questions liées aux ADPIC*, TN/C/W/52 (Comité des négociations commerciales de l'OMC, 2008).

<sup>16</sup> En revanche, une coalition de 20 États membres refuse de négocier au sujet du niveau de protection. De leur point de vue, cela n'est pas nécessaire. Interdire les termes de délocalisation et les traductions sur ces produits engendrerait un risque de confusion pour les consommateurs déjà habitués à ce type de stratégie de marque.

plupart, les dénominations de produits de terroir ne sont pas protégées en Afrique. Il peut se faire néanmoins que l'on détourne ou que l'on s'approprie des réputations locales hors de la zone en question. C'est le cas notamment lorsque la communauté autochtone est moins rapide qu'une entreprise privée à enregistrer une dénomination. Quoi qu'il en soit, il convient de noter que les IG, qu'elles soient ou non enregistrées, diffèrent des règles d'origine<sup>17</sup> (telles que «Made in Kenya»), qui ne sont pas des DPI à proprement parler. Les règles d'origine sont nécessaires pour appliquer des taxes aux différentes étapes du commerce international ou pour indiquer où un produit a été fabriqué, mais ne rapportent en rien à la qualité liée à l'origine indiquée.

Outre ces «simples» références à l'origine, d'autres références géographiques confèrent une qualité à un produit. Dans ce cas, elles représentent pour les communautés une propriété intellectuelle qui peut être enregistrée ou non. Dans leur forme enregistrée, elles seront généralement appelées AO ou IG. Lorsqu'elles ne sont pas enregistrées, mais qu'elles confèrent une qualité à un produit, elles peuvent être appelées *indications de provenance*. Il faut toutefois user de prudence lorsqu'on étudie ces concepts. Il existe de nombreux régimes de protection des IG dans les législations nationales, et chaque État est libre de choisir les options qui servent le mieux ses intérêts. Le plus grand défi consiste à faire la distinction entre les «simples» références à l'origine et les références à l'origine qui confèrent une qualité à un produit; et parmi ces dernières, entre celles qui sont enregistrées et celles qui ne le sont pas; et parmi les références enregistrées, entre celles qui le sont dans le cadre d'un régime *sui generis* ou en vertu du droit des marques<sup>18</sup>.

Les régimes de protection peuvent être regroupés en trois grandes catégories: i) les législations sur les pratiques commerciales, qui concernent la «concurrence déloyale» et le «*passing off*» (la tromperie commerciale); ii) le droit des marques commerciales, des marques collectives et des marques de certification; et iii) les législations ad hoc relatives aux IG, ce que l'on nomme les régimes *sui generis*. Ces voies ne sont pas exclusives et chacune présente ses propres avantages et défis.

Les IG se distinguent également des «indications de provenance», qui sont des références directes ou indirectes à l'origine géographique des biens ou des services, et peuvent ou non comprendre des références aux propriétés de ces derniers ou à la qualité associée à leur origine, et qui pour le public concerné indiquent une certaine origine des biens ou des services.

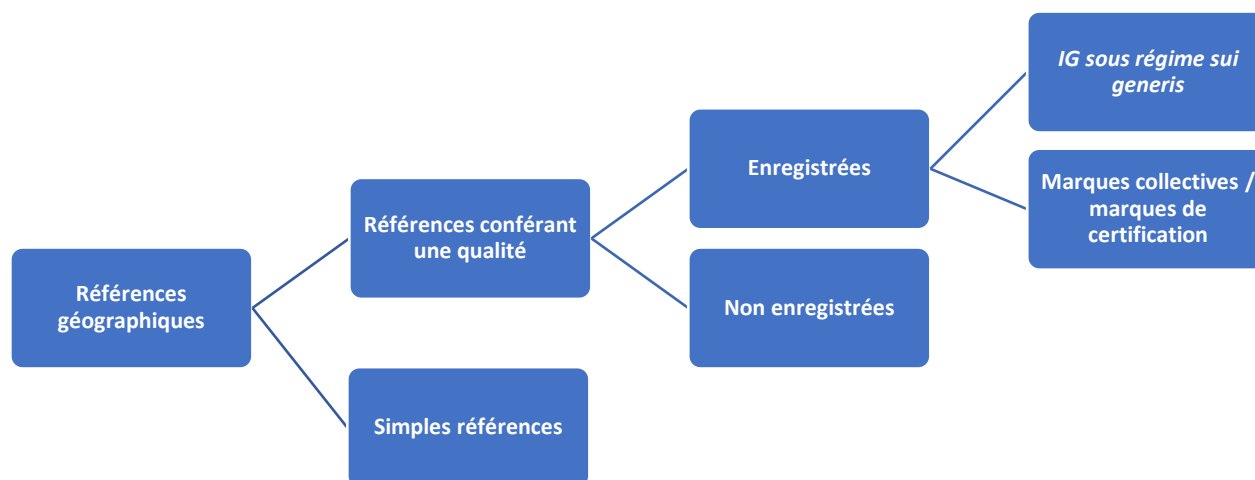
---

<sup>17</sup> Les règles d'origine sont les critères permettant de déterminer le pays d'origine d'un produit. Elles constituent une *part essentielle des règles commerciales*, car un certain nombre de politiques établissent des distinctions entre les pays exportateurs, au moyen de quotas, de *tarifs douaniers préférentiels*, de mesures antidumping, de droits compensateurs (imposés afin de compenser des subventions à l'exportation), etc. Les règles d'origine sont également utilisées pour compiler les statistiques du commerce et pour les labels «Fabriqué en ...» apposés sur les produits. La mondialisation et le fait qu'un produit peut être transformé dans plusieurs pays différents avant de pouvoir être commercialisé compliquent encore les choses (site web de l'OMC: [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/whatis\\_e/tif\\_e/agrm9\\_e.htm#origin](https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm9_e.htm#origin)).

<sup>18</sup> Certains pays protègent également les marques non déposées (marques de *common law*).



FIGURE 2.1

**Indications géographiques au sein des références géographiques**

En l'absence de régime *sui generis*, qui offre un champ de protection plus large, il reste la protection en vertu du droit des marques.

TABLEAU 2.2

**Marques versus indications géographiques**

Objet	Marques de certification et marques collectives	Protection <i>sui generis</i> de haut niveau
<b>Champ de la protection</b>	<p>Protection contre la confusion créée dans l'esprit du consommateur.</p> <p>Une marque (individuelle) antérieure bloque tout nouveau dépôt de marque (principe du «premier en date, premier en droit»).</p> <p>Aucune protection contre la traduction ou la délocalisation (sauf pour les marques notoirement connues).</p>	<p>Protection contre une utilisation abusive, une imitation ou une évocation de l'IG. Protection contre la traduction et l'utilisation de termes de délocalisation («style», «genre», «type», etc.).</p> <p>Sauf dans le cas d'une marque «notoirement connue»<sup>19</sup>, l'Accord sur les ADPIC permet de prévoir une exception au principe du «premier en date, premier en droit», d'une portée limitée, pour protéger des marques. Un régime <i>sui generis</i> peut ainsi indiquer qu'une marque antérieure pourra coexister avec une IG ultérieure<sup>20</sup>. Cependant, une marque ultérieure sera généralement</p>

<sup>19</sup> Conformément à l'article 16.2 de l'Accord sur les ADPIC.

<sup>20</sup> Ce point de droit découle de l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC et a été confirmé par le Groupe spécial de l'Organe de règlement des différends de l'OMC dans le cadre du différend DS290, opposant les États-Unis d'Amérique et l'Australie aux Communautés européennes, en tant qu'exception limitée au principe «premier en date, premier en droit».



		exclue de la protection si elle ne respecte pas les exigences de l'IG.
<b>Généricité</b>	Habituellement, l'enregistrement d'une marque de certification ou d'une marque collective ne protège pas de la généralité.	Question essentielle dans un régime <i>sui generis</i> <sup>21</sup> . Habituellement et lorsque la législation nationale le prévoit, une fois enregistré, le nom de l'IG ne peut pas devenir générique.
<b>Enregistrement</b>	Les dénominations géographiques peuvent être difficiles à enregistrer en tant que marques de certification ou marques collectives (test du caractère distinctif).	Nécessité que le CdC justifie le monopole d'utilisation de la dénomination.
<b>Coûts</b>	Renouvellement de l'enregistrement tous les dix ans.	La plupart des régimes <i>sui generis</i> prévoient un enregistrement <sup>22</sup> .
<b>Mesures visant à faire respecter les droits</b>	Droits privés. Mesures privées visant à faire respecter les droits. Coût élevé des mesures visant à faire respecter les droits dans de nombreux pays.	Droits collectifs. Mesures privées et publiques visant à faire respecter les droits. Aucun coût d'enregistrement. Coût lié au processus de certification (contrôle).
<b>Durée de la protection</b>	Dix ans (renouvelable).	La plupart des régimes <i>sui generis</i> prévoient une protection indéfinie (pas de renouvellement) <sup>23</sup> .
<b>Utilisation</b>	Nécessité d'utiliser la dénomination sur le marché.	Protection des IG habituellement non soumise à une utilisation sur le marché.

<sup>21</sup> Un tel régime doit comprendre une clause générale interdisant globalement toute généralité ultérieure.

<sup>22</sup> Il convient de noter que certains régimes requièrent un renouvellement de l'enregistrement. Voir l'article 17 du décret n° 76 du 16 juillet 1976 sur les AO algériennes.

<sup>23</sup> La réglementation prévoit une protection indéfinie des AO, à condition que le détenteur des droits renouvelle l'enregistrement et continue de se conformer aux dispositions législatives.

### 2.2.3. État de la protection des IG en Afrique

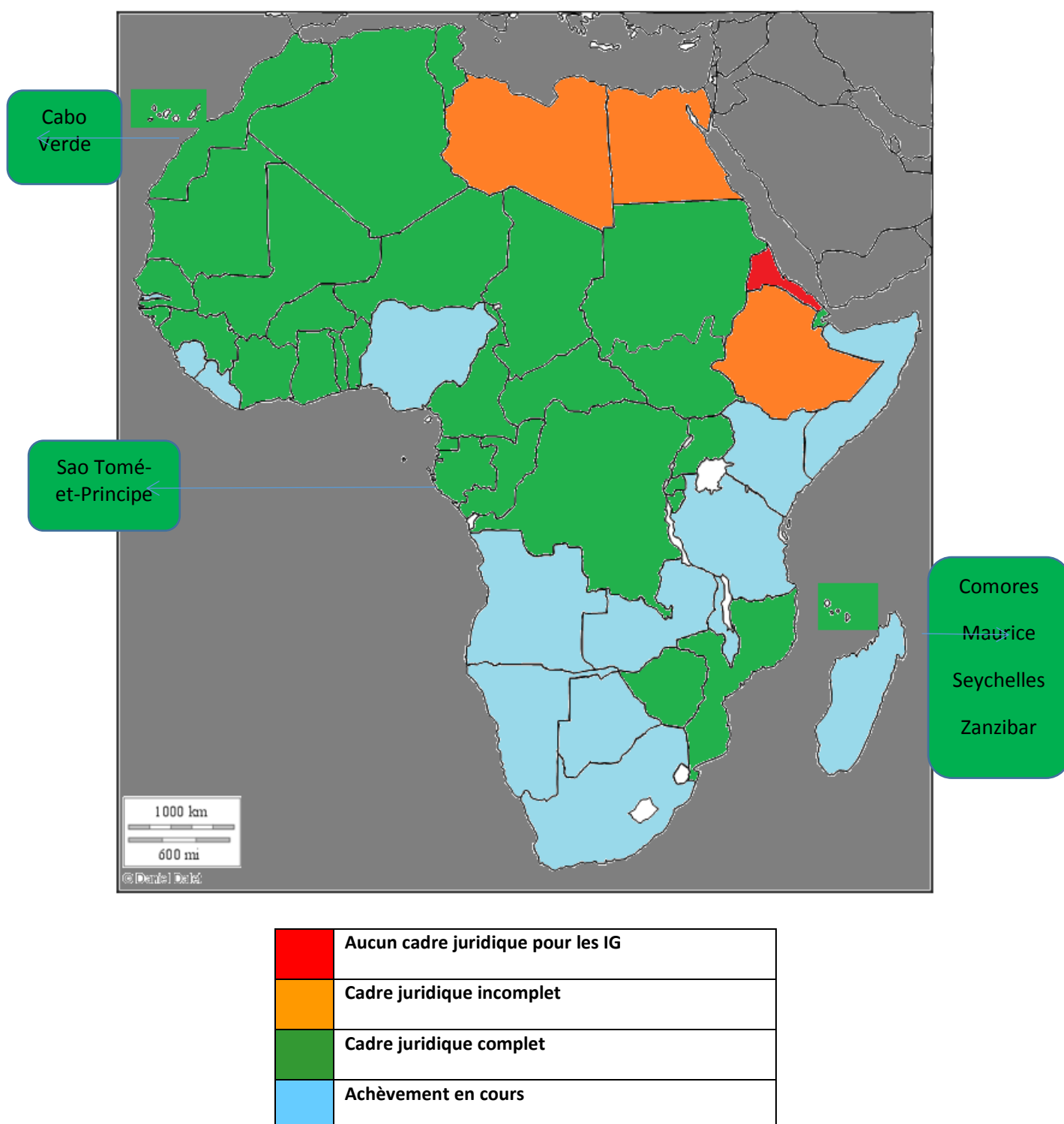
Les régimes des IG en Afrique peuvent être regroupés en quatre grandes catégories (voir la figure 2.2).

- i) Pays disposant d'un cadre juridique complet qui est en outre conforme à l'Accord sur les ADPIC (en vert).
- ii) Pays qui, pour une ou plusieurs raisons, ne peuvent pas être considérés comme ayant mis en place un cadre juridique complet (en orange).
- iii) Pays qui sont en train de compléter leur législation (en bleu).
- iv) Pays qui n'ont pas de législation relative aux IG, ou une législation très peu fournie (en rouge).

Un tableau de l'annexe 3 indique, pour les différents pays, les principales voies possibles pour protéger les dénominations géographiques, ainsi que les accords internationaux dont ils sont membres.

FIGURE 2.2

### Classement des pays africains en fonction du degré d'achèvement de leur cadre juridique afférent aux indications géographiques



### a) *Pays disposant d'un cadre complet*

Les pays disposant d'un «cadre complet» sont ceux qui ont adapté leur législation sur les marques afin de protéger les dénominations géographiques et qui ont également prévu un régime spécifique de protection des IG.

Dans les juridictions citées ci-après, les outils ont été approuvés par décret et sont donc opérationnels.

Les pays répertoriés ci-après respectent en outre les articles 22 à 24 de l'Accord sur les ADPIC pour ce qui est de la définition de l'IG et du champ de sa protection<sup>24</sup>. Ils utilisent les options existantes en permettant l'application des IG à tous les produits et en leur offrant une protection supplémentaire sur leurs territoires.

#### ● Régime de protection de l'OAPI

L'OAPI met en œuvre l'Accord de Bangui sur la protection des outils de propriété intellectuelle, lequel est directement applicable dans les juridictions compétentes de ses pays membres. En outre, l'OAPI sert à la fois d'office national de la propriété industrielle et d'autorité centrale de documentation et d'information sur cette dernière. L'Accord de Bangui (OAPI) prévoit deux types de protection pour les indications géographiques: les marques collectives (article 19) et les IG. L'oignon Violet de Galmi, la pomme de terre *Belle de Guinée* et l'échalote du Pays Dogon sont enregistrés en tant que marques collectives, tandis que le poivre de Penja, le miel blanc d'Okou et le café Ziama de Macenta sont des IG. L'OAPI est considérée comme faisant partie des organisations respectant l'Accord sur les ADPIC, et même dans certains cas les dispositions «ADPIC-plus».

D'un côté, l'OAPI permet d'utiliser le droit des marques pour protéger des dénominations géographiques, via des marques collectives (article 2.2, titre I<sup>er</sup> de l'Accord de Bangui / article 32, titre V). Conformément à l'article 19, une marque collective doit faire l'objet d'un renouvellement tous les dix ans.

D'un autre côté, l'OAPI prévoit un régime *sui generis* spécifique, caractérisé par un large champ de protection et l'obligation d'enregistrer la dénomination et de fournir un CdC<sup>25</sup>. L'indication est protégée en tant que telle; un tiers ne peut pas se l'approprier, même s'il indique la véritable origine du produit, ou s'il traduit le nom authentique ou lui appose des termes de délocalisation. L'Accord de Bangui prévoit non seulement que tous les produits (agricoles, naturels, industriels ou artisanaux)<sup>26</sup> peuvent être protégés en tant qu'IG, mais aussi qu'ils doivent tous bénéficier de la même protection. À cet égard, l'Accord de Bangui est conforme aux dispositions «ADPIC-plus».

<sup>24</sup> Il convient de noter que la plupart des pays d'Afrique n'ont pas prévu dans leur législation les dispositions sur la relation entre IG et marques qu'imposent les articles 22.3, 23.2 et 24.5 de l'Accord sur les ADPIC.

<sup>25</sup> Le lien entre la qualité du produit et son origine doit être démontré dans le CdC.

<sup>26</sup> L'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC suppose une protection par IG applicable à «tous les produits».

Les IG enregistrées et les marques collectives<sup>27</sup> déposées auprès de l'OAPI (inscrites au registre spécial)<sup>28</sup> sont automatiquement protégées dans les 17 pays membres de l'organisation.

- Pays disposant d'un cadre complet

*Cabo Verde.* Par le décret législatif n° 4/2007 d'août 2007, le Cabo Verde prévoit la protection des marques collectives et des marques de certification (articles 146 et 148) et des IG (article 216). Le champ de la protection est vaste.

*Djibouti.* Djibouti met en œuvre des dispositions relatives à la concurrence déloyale (article 183), aux marques collectives et aux marques de certification (chapitre V) et confère un haut niveau de protection conformément à la nouvelle loi sur la propriété industrielle du 21 juin 2009<sup>29</sup>.

*Mozambique.* Au Mozambique, les IG et les AO ont fait l'objet d'un Règlement sur les appellations d'origine et sur les indications géographiques (approuvé par le décret n° 21/2009 du 3 juin 2009). En 2015, le nouveau Code de la propriété industrielle du Mozambique a été approuvé par le Conseil des ministres par le décret n° 47/2015 (31 décembre 2015). Il est entré en vigueur le 31 mars 2016. La plupart des «nouvelles» dispositions de ce code qui concernent les AO et les IG étaient déjà prévues dans le décret de 2009 (révoqué et remplacé par le code). Les AO et les IG jouissent désormais d'un cadre juridique plus complet. Le nouveau Code de la propriété industrielle donne une nouvelle définition des IG et prévoit des dispositions de conformité supplémentaires (par rapport à celles exigées par le précédent code)<sup>30</sup>. L'Institut de la propriété industrielle tient un registre des AO et IG enregistrées. Il définit les personnes qui disposent de la capacité juridique nécessaire pour demander l'enregistrement d'une AO ou d'une IG.

---

<sup>27</sup> Il convient de noter que les marques de certification ne dépendent pas du régime de protection de l'OAPI. Elles sont placées sous la responsabilité d'une «autorité de certification», c'est-à-dire un État qui permet aux opérateurs de les utiliser à condition de respecter les spécifications définies. Ces spécifications peuvent être liées au lieu d'origine.

<sup>28</sup> À l'occasion de la Conférence ministérielle des pays membres de l'OAPI sur les IG et les variétés végétales, les ministres responsables de l'agriculture et de la propriété intellectuelle ont souligné la nécessité d'offrir une protection juridique des produits de qualité de façon à privilégier le développement et de contribuer à la préservation des savoir-faire traditionnels. Les acteurs publics se sont engagés à intégrer le développement des IG dans leurs politiques commerciales nationales et à fournir un cadre institutionnel et juridique approprié. Cette déclaration date du 7 décembre 2005. Le gouvernement ivoirien a donné suite à cette déclaration en adoptant une ligne budgétaire pour soutenir les IG en 2013.

<sup>29</sup> Cependant, aucun cas d'application n'a été communiqué, et il n'est pas certain que la loi ait été approuvée par décret.

<sup>30</sup> Des exigences supplémentaires ont été intégrées dans le nouveau Code de la propriété industrielle. Le «document unique» qu'il faut désormais fournir au moment du dépôt de la demande doit contenir les informations suivantes: dénomination et description du produit (avec les règles spécifiques relatives à son conditionnement et à son étiquetage), et brève description de la zone géographique; description du lien entre le produit et le milieu géographique ou l'origine géographique comprenant, le cas échéant, les éléments spécifiques de la description du produit ou de la méthode de production qui justifient un tel lien. Si la demande d'enregistrement concerne une zone géographique située dans un pays tiers, elle doit également satisfaire aux conditions requises dans le pays d'origine et contenir la preuve que la désignation en question est protégée dans ce dernier. En outre, la demande doit être rédigée en portugais ou, si elle est rédigée dans une autre langue, doit être accompagnée d'une traduction officielle en portugais.

Le Mozambique est membre de l'ARIPO depuis le 8 février 2000 et, en tant que tel, applique également des dispositions relatives aux marques collectives et aux marques de certification<sup>31</sup>.

*Sao Tomé-et-Principe.* Un cadre juridique complet est donné dans la Loi sur la propriété intellectuelle (loi n° 4/2001 du 31 décembre 2001)<sup>32</sup>.

En *Tunisie*, un cadre juridique *sui generis* a été établi par la loi n° 99-57 du 28 juin 1999, qui s'inspire des dispositions du règlement européen sur les IG imposant une protection des AO et des IG<sup>33</sup>.

Cependant, pour ces deux derniers pays, on ne dispose à ce jour d'aucun exemple d'expérience pratique.

### ***b) Pays avec un cadre juridique incomplet***

Un rapide coup d'œil aux différentes lois fait apparaître des lacunes dans les législations existantes relatives aux IG de certains pays africains. Différents points ont été définis comme des indicateurs d'un cadre juridique incomplet.

- Non-conformité avec les ADPIC

*Normes minimales.* Comme indiqué plus haut, les IG sont l'objet de traités multilatéraux que les pays sont censés respecter. Certaines législations ne respectent pas les normes minimales prévues par l'Accord sur les ADPIC. C'est le cas en Angola et en Érythrée. Les IG sont protégées uniquement contre la concurrence déloyale, et aucune disposition particulière n'apporte de protection supplémentaire pour les vins et spiritueux<sup>34</sup>.

*Traitement national.* L'Algérie, les Comores, la Guinée équatoriale, l'Éthiopie, le Libéria, Sao Tomé-et-Principe et le Soudan ne sont pas membres de l'OMC et ne sont donc pas tenus de respecter les normes minimales prévues dans l'Accord sur les ADPIC. Ils n'ont pas non plus à appliquer le traitement national (article 3 de l'Accord sur les ADPIC), qui impose de traiter les opérateurs nationaux et étrangers sur un pied d'égalité. Il convient de noter que les Comores et la Guinée équatoriale, en tant que membres de l'OAPI, respectent les ADPIC même s'ils ne sont pas membres de l'OMC. L'Algérie exerce une discrimination entre les déposants nationaux et étrangers pour ce qui concerne la protection des indications géographiques<sup>35</sup>. En outre, l'Égypte, dans la loi n° 82 de 2002, a conditionné la protection des IG étrangères à l'adhésion de l'État concerné à l'OMC ou à une réciprocité dans la protection des IG. Dans ce contexte, les pays africains qui ne sont

<sup>31</sup> Le Mozambique n'a pas encore ratifié l'Arrangement de Madrid.

<sup>32</sup> Voir les articles 24 à 26.

<sup>33</sup> En Tunisie, les IG sont désignées par le terme «indications de provenance».

<sup>34</sup> Dans ce cas de figure, les pays n'ont pas saisi l'occasion de faire respecter une norme de protection plus stricte, pourtant autorisée par l'accord sur les ADPIC et profitable aux pays africains.

<sup>35</sup> Ordonnance n° 76-65 du 16 juillet 1976, article 6 relatif aux AO: «*Les appellations d'origine étrangères ne pourront être enregistrées comme telles au sens de la présente ordonnance, que dans le cadre de l'application des conventions internationales auxquelles la République algérienne démocratique et populaire serait partie et, sous réserve de réciprocité, dans les pays membres des dites conventions.*»

pas membres de l'OMC ou qui ne protègent pas les IG égyptiennes ne jouissent d'aucune protection sur le territoire de ce pays.

La coexistence de marques et d'IG devrait faire l'objet de règles spécifiques visant à éviter les conflits. Cependant, la plupart des pays d'Afrique n'ont pas prévu dans leur législation les dispositions sur la relation entre IG et marques qu'imposent les articles 22.3, 23.2 et 24.5 de l'Accord sur les ADPIC. L'article 22.3 dispose que les marques qui contiennent une référence trompeuse à une IG existante doivent être invalidées. L'article 23.2 traite de l'invalidation de marques contenant la dénomination d'un vin ou d'un spiritueux alors que ce vin ou ce spiritueux ne provient pas du lieu indiqué. Enfin, l'article 24.5 propose que l'on tienne compte, avant d'invalider une marque contenant une IG, du fait que cette marque a été enregistrée de bonne foi, soit avant l'adoption des ADPIC, soit avant la protection de l'IG dans le pays d'origine. Conformément à la jurisprudence pertinente de l'OMC (Groupe spécial sur les ADPIC à l'initiative des États-Unis d'Amérique et de l'Australie contre l'UE), la coexistence entre les IG et les marques est effectivement autorisée, en vertu de l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC, en tant qu'exception limitée au principe «premier en date, premier en droit», sous réserve que des marques antérieures réputées puissent bloquer l'enregistrement ultérieur d'une IG. La législation européenne prévoit ce type de prévalence d'une marque (voir l'article 6 [4] du Règlement n° 1151/2012).

La plupart des IG d'Afrique n'ayant pas encore été enregistrées, cet aspect doit être pris en compte lorsqu'on statue sur la question de marques antérieures contenant une IG, que cette IG concerne ou non un vin ou un spiritueux.

#### ENCADRÉ 2.10

##### **Indications géographiques et marques existantes antérieures**

Les marques antérieures associées à une IG représentent un risque particulier pour les IG africaines. Au Kenya, par exemple, la stratégie commerciale des torréfacteurs locaux repose sur des marques commerciales telles que «Kenya AA», laquelle a déjà acquis une certaine réputation. En outre, l'origine nationale est notoirement connue sur le marché d'exportation sous l'indication «Kenya AA Top». Dans ce cas particulier, si le Kenya Coffee Directorate qui a enregistré la dénomination «Kenya coffee» souhaite remettre en cause la référence que font les torréfacteurs locaux à des dénominations géographiques telles que «Kenya AA» (Java) ou «Kenyan Coffee» (Dorman's), il est probable que l'institut de la propriété intellectuelle du Kenya (KIPI) cherchera à déterminer si ces marques ont été déposées de bonne foi. Il convient de noter qu'il n'existe pas de définition internationale du concept de «bonne foi». En pratique, les autorités chercheront simplement à déterminer, selon le cas, si les détenteurs de la marque étaient au courant de l'intention du Coffee Directorate d'enregistrer la dénomination «Kenya coffee» et si l'on peut associer cet enregistrement à une intention malveillante.

#### ● Protection des marques uniquement

Dans les pays figurant en bleu sur la figure 2.2, les produits de terroir ne peuvent être protégés que par des marques collectives ou des marques de certification. À l'heure actuelle, l'Érythrée dispose uniquement de dispositions relatives à la concurrence déloyale pour lutter contre l'utilisation abusive d'une dénomination, et de marques «commerciales» pour enregistrer des dénominations géographiques. Cette dernière solution est contraire aux règles communes régissant la protection des marques. Comme nous l'avons vu plus

haut, une marque ne doit pas correspondre à une description de l'endroit où le produit a été fabriqué. En principe, donc, une marque «commerciale» ne peut pas être utilisée pour protéger une dénomination géographique. Les pays peuvent décider souverainement d'enregistrer des marques commerciales contenant des dénominations géographiques, mais ce choix peut être remis en question dans d'autres territoires, comme on a pu l'observer dans le cas de l'Éthiopie. En règle générale, l'enregistrement est refusé s'il est établi qu'un terme géographique utilisé comme marque «commerciale» pourrait être perçu par le public comme indiquant un lien entre l'origine des biens et la marque.

D'autres pays, comme le Nigéria et la République-Unie de Tanzanie, protègent les produits de terroir par des marques collectives ou des marques de certification. Cette option présente certains avantages (voir l'encadré 2.11), mais il convient de noter que l'enregistrement d'une marque est soumis à un renouvellement (contrairement à une IG)<sup>36</sup>, et qu'il est donc plus coûteux <sup>37</sup> (voir l'encadré 2.12).

#### ENCADRÉ 2.11

##### **Cas où la protection d'une marque est la plus nécessaire**

En 2013, une étude a été menée à la demande de la CE pour évaluer le potentiel économique d'une IG pour le cacao au Cameroun. Il est peu probable qu'un hypothétique enregistrement d'une IG *sui generis* «Cacao du Cameroun» serait à lui seul suffisant pour donner les moyens aux détenteurs des droits de négocier l'utilisation de la dénomination avec les détaillants et les transformateurs. En fait, l'une des hypothèses de base est qu'une IG *sui generis* ne peut pas faire l'objet de licences ni de transferts. Par conséquent, au vu de la fragmentation du secteur du cacao (ou du café), les détenteurs des droits d'un produit de terroir réputé se retrouvent sans outil pratique pour contrôler l'utilisation de l'IG dans la chaîne de valeur et pour récolter certains des bénéfices liés au prix qu'une IG sur le produit final génère une fois que celui est commercialisé (souvent à un prix supérieur).

L'expérience du café Ziama de Macenta en Guinée a montré que l'utilisation de l'IG a largement amélioré la gouvernance de l'organisation de producteurs. S'agissant de la commercialisation, l'organisation fait face à des difficultés pour contrôler l'utilisation du nom par les torréfacteurs à l'étranger. Dans les cas où les torréfacteurs et les détaillants ne font pas partie de l'organisation collective qui utilise l'IG, l'enregistrement au sein d'un régime *sui generis* offre une protection formelle, mais pas la capacité, en pratique, de négocier un prix plus élevé pour l'utilisation de la dénomination. De ce fait, l'IG ne garantit pas que la dénomination sera réservée aux détenteurs des droits (dans la mesure où elle est apposée sur un produit de l'origine correspondante), et elle ne donne pas la possibilité d'obtenir un meilleur prix.

D'aucuns considèrent que l'enregistrement en tant que marque d'une dénomination jouissant d'une bonne réputation donne la possibilité de céder des licences à d'autres parties prenantes et renforce la capacité de négociation. Des études de cas seraient nécessaires pour étayer cette hypothèse. Cette option valable pour un secteur fragmenté ne remet pas en question le champ de la protection offerte par une IG *sui generis*.

<sup>36</sup> Dans le cadre d'un régime *sui generis*, une IG n'est normalement enregistrée qu'une seule fois, même si un État membre de l'Union Africaine, l'Algérie, a mis en place des dispositions relatives au renouvellement de l'enregistrement des IG.

<sup>37</sup> Il convient de noter que certains régimes nationaux, comme celui de l'Algérie, exigent le renouvellement de l'enregistrement des IG.



**ENCADRÉ 2.12****Coût de l'enregistrement d'une marque dans différents pays**

Le dépôt d'une marque est généralement un processus onéreux. En Angola, par exemple, un déposant doit payer 685 EUR pour chaque enregistrement de marque. Au Nigéria, le dépôt de la première classe coûte 1 101 USD (881 EUR), et les classes supplémentaires déposées simultanément 1 067 USD (854 EUR) chacune. Dans certains pays, comme l'Afrique du Sud et le Kenya, les droits d'enregistrement sont moins élevés.

Le coût minimal d'enregistrement et de publication d'une IG auprès de l'OAPI est de 145 000 FCFA (225 EUR). Il convient de noter que des taxes peuvent être perçues pour la correction d'erreurs matérielles, les recherches d'antériorité ou la délivrance du certificat (voir l'annexe 3).

● Régimes *sui generis* uniquement

Les régimes *sui generis* sont très bien accueillis dans de nombreux contextes en Afrique, notamment lorsque le champ de protection correspond aux besoins des opérateurs. En outre, ils impliquent en général un soutien des autorités publiques pour leur mise en œuvre.

● Champ de protection limité

L'Accord sur les ADPIC offre une protection de base pour l'ensemble des IG, et une protection supplémentaire pour celles concernant les vins et les spiritueux. Cependant, dans certaines législations africaines, la protection associée aux IG n'est supérieure que dans le cas des IG sur les vins et spiritueux, alors que la plupart des pays du continent auraient intérêt à offrir un large champ de protection pour les autres produits également. On peut citer à titre d'exemples la loi du Burundi sur les IG; la loi sur les indications géographiques (loi n° 23 de 2002) de la République de Maurice; la loi angolaise (article 73); la loi de la République démocratique du Congo; et la loi des Seychelles<sup>38</sup>.

Ce champ de protection limité dans des domaines où les pays africains ont un «avantage comparatif» facilite les utilisations abusives des dénominations en question (voir l'encadré 2.13).

<sup>38</sup> Loi n° 4/2001, chapitre 7, du 31 décembre 2001.

## ENCADRÉ 2.13

**Huile d'argane**

En 2010, la dénomination «Argane» a été enregistrée en tant qu'IG protégée au Maroc (comme l'indique le logo national réservé aux produits sous IG protégés).



Cependant, la dénomination est toujours utilisée par d'autres opérateurs en tant qu'ingrédient de leurs produits.

Bien que la dénomination ait probablement été utilisée de bonne foi, et que le produit à l'intérieur de l'emballage contienne bien de l'argane du Maroc, l'évocation de cette IG renommée pourrait à la longue avoir un effet de dilution des efforts de promotion menés par les utilisateurs légitimes pour associer leur produit au sud-ouest du Maroc. À ce propos, l'évocation de dénominations enregistrées est l'un des points faibles d'une protection des IG par l'intermédiaire du droit des marques, car une marque protège uniquement la dénomination contre ce qui peut créer une «confusion dans l'esprit du consommateur», confusion dont il faut prouver l'existence. Sur la durée, la dénomination risque de devenir générique.

Cet exemple illustre également l'une des difficultés liées à des produits spécifiques utilisés comme ingrédient principal de produits finis. Certaines juridictions ont commencé à réglementer l'utilisation des produits sous IG comme ingrédients en imposant un certain pourcentage dans la composition du produit final (en dessous de ce seuil, l'opérateur n'est pas autorisé à indiquer qu'il utilise le produit sous IG).

L'enregistrement d'une IG dans le cadre d'un régime *sui generis* ne nécessite généralement pas de renouvellement. Cependant, en Algérie, l'enregistrement n'est valable que pour une durée de dix ans, à l'issue de laquelle il doit être renouvelé<sup>39</sup>. Ce choix inhabituel est peut-être lié à des considérations de viabilité budgétaire de l'office national d'enregistrement des DPI.

### c) *Pays qui sont en train d'achever leur législation*

Un certain nombre de pays ont jugé que le droit des marques n'était pas suffisant pour protéger efficacement leurs dénominations sur les marchés intérieurs. De fait, les producteurs IG doivent prêter attention au champ de la protection dans les pays qui ont opté pour des législations sur les marques. En règle générale, l'enregistrement d'une dénomination géographique par l'intermédiaire d'une marque n'empêche pas nécessairement une tierce partie d'utiliser une version traduite, ou d'utiliser la même dénomination associée à un terme de délocalisation (rooibos de République-Unie de Tanzanie, par exemple) ou avec des termes tels que «style», «genre» et «type». En outre, en tant que mécanisme privé, la mise en œuvre d'une marque est toujours à la charge du propriétaire. À chaque allégation de violation de ses droits, le propriétaire doit établir le risque de confusion pour le consommateur. Les coûts liés au procès ou, en amont, à la surveillance du respect des normes définies sont entièrement à la charge du propriétaire<sup>40</sup>.

De ce fait, l'Afrique du Sud<sup>41</sup> a récemment opté pour une approche *sui generis* de la législation, plus protectrice des dénominations géographiques sur le territoire national. De la même façon, en 2009, le Kenya a adopté un projet de loi sur les indications géographiques. Cela étant, aucune loi n'est exécutoire en l'absence de décret.

L'ARIPO a mené d'importants travaux préparatoires qui devraient conduire à la conclusion d'un protocole destiné à régir la protection régionale des IG et à stimuler le développement et l'harmonisation des législations relatives aux IG dans les États membres<sup>42</sup>.

L'article premier de l'Accord de Lusaka du 9 décembre 1976 a institué l'ARIPO. L'organisation compte actuellement 19 États membres: Botswana, Gambie, Ghana, Kenya, Lesotho, Libéria, Malawi, Mozambique, Namibie, Ouganda, République-Unie de Tanzanie, Rwanda, Sao Tomé-et-Principe, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Swaziland, Zambie et Zimbabwe.

<sup>39</sup> Voir la loi n° 08-16 du 3 août 2008 portant orientation agricole, qui prévoit dans ses articles 32 et 33 l'établissement d'un système de qualité pour la valorisation et la promotion des produits agricoles et des produits d'origine agricole, en particulier les IG et les AO.

Décret exécutif n° 13-260 du 7 juillet 2013 fixant le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole, qui prévoit l'établissement d'un comité national de labellisation (CNL), de sous-comités spécialisés (SCS), d'un secrétariat permanent (SP) et d'organismes de contrôle (OC) et définit la procédure de reconnaissance et d'enregistrement des IG et des AO.

<sup>40</sup> O'Connor. 2004. *Geographical indications and TRIPS*, p. 14 à 19.

<sup>41</sup> Voir les *draft Regulations relating to the protection of GIs and designations of origin on agricultural products intended for sale in the Republic of South Africa*, 12 février 2016.

<sup>42</sup> Voir *ARIPO Annual Report 2014*, p. 16.

Le projet de protocole d'IG, qui doit être adopté à l'issue d'une conférence diplomatique, prévoit une définition commune des IG et des AO (section 2); la création d'un registre régional des IG et des AO (section 10); un large champ d'application (section 4.2); une clarification des différents moyens de démontrer un lien de causalité entre le produit et son origine (section 4.4); des indications sur la nature et les exigences de l'organisme chargé de la certification (section 5); les formalités d'enregistrement des IG (section 6); les délais pour l'examen des demandes (section 7); les droits conférés aux utilisateurs (section 9)<sup>43</sup>; et la durée de la protection (section 13).

L'élément figuratif devant être utilisé par tout professionnel dans le cadre d'une AO ou d'une IG doit être approuvé, et être protégé contre les utilisations abusives (section 11).

Le protocole prévoit la désignation d'une autorité nationale compétente responsable de la gestion des droits en matière de sensibilisation aux IG (formation, conseils, suivi, règlement des différends, etc.) (section 14).

Le projet de cadre stratégique et juridique de l'ARIPO en matière de protection des IG doit être approuvé par les États membres à l'issue d'une conférence diplomatique.

#### ***d) Pays ne disposant d'aucun cadre juridique pour la protection des IG***

La Somalie et la République arabe sahraouie démocratique n'ont pris aucune mesure de protection des IG. Ces pays font également partie du groupe d'États non-membres de l'OMC.

### **2.2.4 Capacités juridiques et institutionnelles**

#### ***a) Institutions responsables de l'enregistrement des IG***

Tous les pays africains, à l'exception du Soudan du Sud et de la République arabe sahraouie démocratique, disposent d'offices généraux de la propriété intellectuelle responsables des enregistrements (i). Seuls quelques pays ont créé des organismes spécifiquement chargés des IG (ii).

##### ***i) Offices généraux de la propriété intellectuelle***

La liste des offices nationaux de la propriété intellectuelle en Afrique figure sur le site web de l'OMPI<sup>44</sup>. Cette liste comprend également les offices régionaux d'Afrique: l'OAPI et l'ARIPO. L'Accord de Bangui et le Protocole de Banjul autorisent respectivement l'OAPI et l'ARIPO à recevoir et à traiter des demandes au nom des États membres.

Les États membres de l'OAPI disposent d'un même office régional d'enregistrement basé à Yaoundé (Cameroun). Il n'y a pas d'enregistrement de DPI au niveau national. Chaque pays a une «structure nationale de liaison» responsable de transmettre les demandes nationales à l'OAPI. Ces services jouent simplement un rôle d'intermédiaire, qui se limite à communiquer les demandes d'enregistrement dans les cinq jours suivant leur dépôt.

<sup>43</sup> Sur ce point, on constate que le champ de la protection accordée aux IG et aux AO est comparable à celui prévu par l'OAPI et les pays de l'UE. Voir le document *Draft policy and legal framework for the protection of geographical indications*, Section 9, «Rights conferred», de l'ARIPO.

<sup>44</sup> <http://www.wipo.int/directory/fr/urls.jsp>

Chaque pays ayant sa propre structure nationale de liaison, l'efficacité des services n'est pas homogène<sup>45</sup>.

Dans le cadre du Protocole de Banjul, un déposant peut présenter une demande unique, soit dans l'un des états contractants du Protocole, soit directement auprès de l'office de l'ARIPO. La demande doit désigner les États contractants du Protocole de Banjul dans lesquels le déposant souhaite que la marque soit protégée, une fois enregistrée par l'ARIPO<sup>46</sup>. Il convient toutefois de souligner que seuls dix États sont membres du Protocole de Banjul: Botswana, Lesotho, Libéria, Malawi, Namibie, Ouganda, Sao Tomé-et-Principe, République-Unie de Tanzanie, Swaziland et Zimbabwe.

## *ii) Institutions spécifiques*

Les États membres de l'OAPI ont été invités à participer à la création des comités nationaux IG, chargés d'examiner les demandes d'enregistrement d'IG avant qu'elles ne soient transmises à l'office de l'OAPI. Des comités ont été établis dans environ la moitié des États membres.

Au Cameroun, par exemple, l'Arrêté n° 188/CAB/PM du 20 décembre 2010 a porté création du Comité national de coordination des indications géographiques (CNCIG). La décision n° 0226/MINADER/CAB de septembre 2011 a donné la composition du comité. La mission du CNCIG au Cameroun – comme celle de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) en France – est d'appuyer la promotion des produits sur les marchés cibles.

À l'heure actuelle, la moitié environ des États membres ont créé un comité IG, et ont donc lancé le débat sur sa présidence: l'interlocuteur de l'OAPI dans chaque pays, lequel siège au Conseil d'administration de l'organisation, doit-il être le Ministre de l'agriculture ou le ministre chargé de la propriété intellectuelle (généralement le Ministre de l'industrie)? Bien que l'OAPI s'appuie sur des «points focaux IG» dans les ministères de l'agriculture, elle n'a pas alloué de fonds à des départements ministériels qui ne sont pas chargés de la propriété intellectuelle. Aucun comité national n'ayant reçu de budget, que ce soit de la part du projet ou du gouvernement, on peut s'interroger sur leur efficacité<sup>47</sup>. Le projet PAMPIG a toutefois intégré des activités de renforcement des capacités à destination des comités IG au Cameroun et en Guinée.

D'autres pays souhaitent suivre cette voie. Le Gouvernement kényan a créé le National Committee on WTO (NCWTO, comité national chargé des questions relatives à l'OMC), lequel comprend plusieurs sous-comités traitant les différents domaines couverts par les accords de l'OMC. Il est prévu que l'un de ces sous-comités s'occupe de la protection des IG.

<sup>45</sup> Voir *Le système de protection de la Propriété Intellectuelle de l'OAPI – Conférence au CEIPI* <http://www.linkipit.com/le-systeme-de-protection-de-la-propriete-intellectuelle-de-loapi-conference-au-ceipi>

<sup>46</sup> Pour tout complément d'information, voir <http://www.aripo.org/about-aripo/legal-framework>

<sup>47</sup> Voir Chabrol, Mariani et Sautier. 2015. *Establishing Geographical Indications without state involvement? Learning from case studies in Central and West Africa.*

## **b) Procédures d'enregistrement des IG**

Les paragraphes ci-après illustrent les différences entre les États membres de l'UA en ce qui concerne les procédures d'enregistrement des IG (i) et les lacunes existantes (ii).

### *i) Différences dans les procédures d'enregistrement*

Les procédures d'enregistrement varient d'un pays à l'autre. La législation exige parfois un CdC (en Tunisie, par exemple – article 20), mais les producteurs doivent dans tous les cas présenter les spécifications dans leur demande (cas des États membres de l'OAPI). Parfois, les déposants sont simplement tenus de mentionner les caractéristiques liées à l'origine (Algérie – article 11).

Les procédures d'examen peuvent être différentes. Dans les pays de l'OAPI, un examen approfondi est effectué, notamment par les comités IG, tandis que dans d'autres pays, on présume que l'examen est simplement formel. Dans ces pays, on peut penser que toute personne peut s'approprier une dénomination à condition d'être la première à déposer sa demande et de remplir les conditions requises pour l'enregistrement d'une IG, et qu'il n'est pas nécessaire qu'elle soit réellement en mesure de prouver à l'État l'existence d'un lien véritable entre les qualités du produit et son origine. Le même commentaire vaut pour les législations qui autorisent une personne physique à demander une IG.

Cela étant, les droits d'enregistrement, qu'il s'agisse d'une marque ou d'une IG, sont élevés. Ces taxes importantes peuvent compromettre la capacité des organisations de producteurs à protéger leurs dénominations et à les promouvoir sur le marché, ce qui n'est pas toujours pris en compte.

Il peut, à un certain stade, y avoir des problèmes liés aux procédures d'opposition. Les délais d'opposition à l'enregistrement d'une dénomination varient selon les pays, et les organisations de producteurs n'ont pas toujours accès à cette information (publiée au Journal officiel ou dans les journaux).

### *ii) Lacunes existantes en matière de registres*

Il n'est pas toujours possible de lever ces incertitudes, car l'accès aux registres nationaux ou régionaux est soit coûteux, soit techniquement impossible pour un non-spécialiste. Dans le système européen, en revanche, la base de données DOOR est accessible gratuitement sur internet: toute personne peut consulter les IG publiées, enregistrées et demandées (voir le site à la figure 2.3).

FIGURE 2.3

## Base de données DOOR

The figure consists of two screenshots. The top screenshot shows the DOOR database interface with a table of geographical indications. The bottom screenshot shows the ARIPO e-SERVICE portal with various service options.

**Table 1: DOOR Database Data**

Numéro de dossier	Pays	Dénomination	Type de demande	Date	Statut
IT/PDO/0117/02104	Italie	Prosciutto Veneto Berico-Euganeo	AOP	12/11/2016	Publiée
ES/PDO/0105/01372	Espagne	Jabugo	AOP	11/11/2016	Publiée
IT/PGI/0005/01385	Italie	Anguria Reggiana	IGP	09/11/2016	Enregistrée
FR/PGI/0005/01373	France	Poularde du Périgord	IGP	04/11/2016	Enregistrée
SE/PDO/0005/01327	Suède	Hännlamb	AOP	04/11/2016	Enregistrée
CZ/PGI/0005/02236	République tchèque	Český modrý mák	IGP	03/11/2016	Demande introduite
DE/PGI/0105/01288	Allemagne	Rheinisches Zuckerrübenkraut / Rheinischer Zuckerrübensiru (...)	IGP	01/11/2016	Publiée
DE/PGI/0105/01384	Allemagne	Schwäbische Spätzle / Schwäbische Knöpfle	IGP	01/11/2016	Publiée
ID/PGI/0005/02115	Indonésie	Kopi Arabika Gayo	IGP	01/11/2016	Publiée
IT/PDO/0105/01344	Italie	Prosciutto di Parma	AOP	01/11/2016	Publiée

**Table 2: ARIPO e-SERVICE Portal Services**

Service	Description
Online Filing	File an application and follow-on documents through e-Service
Quick Search	Search ARIPO database online with simple keywords, names or numbers
eForms	Download standard forms you need for acquisition of IP rights
Journal	View and download online Journals published by ARIPO
Publication Server	Search contents of the ARIPO Journal
User Guide	Learn how to use e-Service, IP Digital Library, and e-Journal

L'ARIPO dispose d'un service en ligne qui permet aux opérateurs africains de rechercher rapidement si une dénomination est disponible, mais n'offre pas de point d'information centralisé sur les dénominations enregistrées. Il est donc d'autant plus crucial que les mesures existantes de répression de la fraude soient efficaces.

### c) Répression de la fraude

Le moyen généralement utilisé pour réprimer la fraude est une agence de lutte contre la contrefaçon collaborant avec d'autres institutions publiques. Par exemple, celle créée au Kenya sous la houlette du Ministère de l'industrialisation est chargée de coordonner la surveillance des marchés pour des biens protégés tels que les boissons, les semences et les engrais. Les titulaires de DPI / fabricants peuvent désormais aller en justice pour demander des dommages-intérêts et restreindre les ventes de biens contrefaits sur le marché intérieur. La loi anti-contrefaçon fournit les moyens coercitifs nécessaires pour lutter contre la criminalité des affaires et infliger de lourdes amendes aux contrevenants.



Néanmoins, il manque des ressources humaines et techniques. On peut donc supposer que l'efficacité des agences de lutte contre la contrefaçon varie d'un pays à l'autre.

On ne dispose pas de rapports sur les saisies de biens portant des indications fausses ou fallacieuses. Étant donné le niveau de sensibilisation à la question des IG, on peut supposer que les douanes ou les autorités nationales responsables de la répression de la fraude n'ont pas les moyens nécessaires pour traiter les cas d'utilisation abusive de dénominations sur les produits. Il n'existe pas de liste des dénominations protégées au niveau régional ou continental sur laquelle elles pourraient s'appuyer.

Les litiges sur les IG sont presque inexistants au sein des pays. Cependant, on suppose que les compétences des cours varient d'un État à un autre. Le traitement d'un cas d'utilisation abusive d'une IG, notamment en ce qui concerne l'interprétation des textes, peut faire l'objet de différentes approches selon la juridiction compétente dans les pays – à savoir une cour pénale ou un tribunal de commerce. Ce problème non plus n'est pas compensé par l'existence d'une cour régionale ou continentale comme la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires. Il n'existe tout simplement pas de jurisprudence commune, et il y a autant d'interprétations possibles de la protection IG que de cours de justice au niveau national.

On peut souligner ici que l'une des forces du régime de protection européen est la possibilité de porter une affaire devant la Cour de justice de l'Union européenne une fois que tous les recours nationaux ont été épuisés. Cela s'est fait plusieurs fois dans des cas d'utilisation concurrente de marques par des opérateurs de différents pays (feta, bière Budweiser ou bière Bavaria, par exemple).

Même un accord régional définissant l'étendue de la protection IG ne permet pas de résoudre le problème: dans le cas de l'OAPI, l'Accord de Bangui stipule que les DPI enregistrés auprès de l'organisation constituent des droits nationaux indépendants. Cela signifie que la dénomination qui a fait l'objet d'un enregistrement unique se divise en autant de droits qu'il y a d'États membres de l'OAPI. Par conséquent, l'interprétation du champ de la protection peut être remise en question en amont, au niveau du pays.

## 2.2.5. Perspectives en matière de mesures juridiques relatives aux IG

### *a) Forte implication des acteurs publics et mesures nécessaires aux niveaux national et régional*

Les acteurs institutionnels s'emploient à définir et à mettre en œuvre des mesures relatives aux IG aux niveaux national et régional. La mise en œuvre de ces mesures spécifiques est souvent freinée par le manque de ressources financières, à moins que des projets de développement ne viennent soutenir le processus.

En Tunisie, par exemple, le Ministère de l'agriculture a appuyé un système de certification d'IG en actualisant la réglementation sur les labels de qualité liée à l'origine et en obtenant la reconnaissance internationale des IG tunisiennes, en particulier de la part de l'UE. Le projet PAIG, financé par l'AFD, a ainsi pu être mis en œuvre. Le projet a été conduit par le Ministère de l'agriculture (Direction générale de la production agricole) en partenariat avec le CIRAD, sur une période de quatre ans (de septembre 2013 à



mars 2017). L'objectif du projet était l'enregistrement des dattes Degler Nour, des grenades de Gabès et de l'huile d'olive de Teboursouk.

En Algérie, le Ministère de l'agriculture travaille également sur un système de certification des IG. Un partenariat avec les ministères français et italien de l'agriculture, dans le cadre d'un accord d'association avec l'UE, apporte un appui technique pour l'enregistrement de produits IG: dattes Deglet Nour de Tolga, figues sèches de Beni Maouche et olives de Sig.

Au niveau régional, l'OAPI s'est appuyée sur la Déclaration et le Plan d'action de Ouagadougou pour renforcer la sensibilisation aux IG et aider à réaliser des inventaires d'IG potentielles dans ses 17 États membres dans le cadre du projet PAMPIG. Ce projet a contribué à faire enregistrer trois produits pilotes en tant qu'IG<sup>48</sup>. Il a été mis en œuvre par l'OAPI, avec l'assistance technique du CIRAD et le soutien financier de l'AFD. L'expérience de l'OAPI montre que l'Accord de Bangui peut être mis en œuvre de manière effective dans les États membres. Elle devrait être relayée par les autorités nationales elles-mêmes.

La question des IG a bénéficié d'un écho national grâce au projet PAMPIG, ce qui a incité les offices nationaux de la propriété intellectuelle à sélectionner des IG potentielles sur leur territoire, afin de recevoir une assistance technique supplémentaire. Parallèlement, certains offices ont commencé à prendre des mesures importantes. L'office de Côte d'Ivoire, en particulier, a aidé les producteurs de toiles de Korhogo et de pagnes de Tiébissou à enregistrer une marque collective.

Lorsque ce sont les pouvoirs publics qui sont à l'origine de la propriété intellectuelle ou qui la gèrent, il est essentiel de promouvoir un dialogue continu entre les secteurs privé et public en vue de contrôler la qualité, d'établir les mécanismes de traçabilité adéquats et d'encourager de manière cohérente les alliances entre entreprises et les partenariats commerciaux.

Dans un régime *sui generis*, le respect des droits et la répression de la fraude liée aux dénominations d'IG sont normalement du ressort des autorités publiques. Cependant, malgré l'existence de régimes *sui generis* dans les cadres institués en Afrique, les autorités n'ont pas encore mis en place de protection *ex officio*<sup>49</sup>, excepté en Algérie (article 2 de l'Ordonnance N°76-65 du 16 juillet 1976 relative aux appellations d'origine), à Djibouti (article 182 de la Loi n° 50/AN/09/6ème portant protection de la propriété industrielle), en Afrique du Sud, mais uniquement pour les liqueurs (article 18.2 de la loi *Liquor Products Act*) et en Tunisie.

Le terme *ex officio* est une expression latine qui signifie littéralement «d'office», «en vertu de sa charge», «de droit». Elle implique qu'il revient à l'État ou aux pouvoirs publics d'assurer les contrôles nécessaires et de protéger l'IG.

Le terme *ex parte*, à l'inverse, est une expression latine juridique qui signifie «d'une (par ou pour une) partie». Une protection *ex parte* est un type de protection accordé à la demande de la partie intéressée (c'est-à-dire les producteurs eux-mêmes). Dans les systèmes *ex parte* (soit la majorité des cas en Afrique), la charge de la protection repose

<sup>48</sup> Café Ziama de Macenta, miel blanc d'Oku et poivre de Penja.

<sup>49</sup> O'Connor, *op. cit.* p. 5.

entièrement sur les producteurs ou les détenteurs de droits (association de producteurs, etc.) qui doivent saisir des cours, des tribunaux ou d'autres instances administratives pour faire protéger leurs IG.

On note un exemple de protection *ex officio* exceptionnelle au Niger, dans un cas d'utilisation abusive de la dénomination Violet de Galmi. Mais la plupart du temps, les producteurs doivent contrôler eux-mêmes les utilisations abusives d'IG sur le marché (protection *ex parte*).

Il est vrai qu'une protection *ex officio* requiert des compétences dans les offices de propriété industrielle, ainsi que des capacités institutionnelles en matière de répression de la fraude. Ces compétences et capacités peuvent s'acquérir grâce à une assistance technique et une formation, mais il faut pour cela des moyens financiers. Afin de répondre le mieux possible aux besoins du continent africain, on pourrait envisager de recourir au renouvellement de la protection des IG, afin de garantir la pérennité budgétaire et l'efficacité des institutions.

Parallèlement aux travaux très complets de l'OAPI, le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA) a élaboré un projet de politique de la propriété intellectuelle qui mise sur l'innovation et la compétitivité – la propriété intellectuelle fait désormais partie des principaux outils de la stratégie de compétitivité de la région. Le projet de politique souligne également le lien entre propriété intellectuelle et développement économique, notamment le rôle de la première dans la promotion de l'innovation dans les pays en développement<sup>50</sup>.

Au niveau continental, la proposition visant à établir une Organisation panafricaine de la propriété intellectuelle (OPAPI) pour harmoniser les normes de propriété intellectuelle entre les pays de l'UA a été récemment examinée par l'Union.

### ***b) Protection active au niveau international***

La protection internationale peut prendre différentes formes, à savoir des accords multilatéraux, régionaux et bilatéraux.

Comme nous l'avons mentionné plus haut, un pays n'est pas tenu de protéger une IG étrangère si celle-ci ne l'est pas dans son pays d'origine (article 24.9 de l'Accord sur les ADPIC). L'enregistrement national est donc la première étape d'une protection internationale. La plupart des législations nationales situées hors d'Afrique – notamment celles de l'UE<sup>51</sup> – conditionnent la protection des IG étrangères à une protection préalable au niveau national.

Hormis dans les pays de l'OAPI, une IG protégée dans un pays africain ne l'est que dans ce dernier, et doit être enregistrée dans tout autre pays dans lequel une protection est nécessaire. Il n'existe que trois moyens de protéger une IG dans plusieurs pays: en effectuant son enregistrement auprès de l'OAPI (lorsque cela n'est pas déjà fait), auprès de l'UE ou par l'intermédiaire des régimes de l'arrangement de Lisbonne ou de Madrid.

<sup>50</sup><http://www.ictsd.org/bridges-news/bridges-africa/news/a-look-into-the-real-picture-of-ip-challenges-for-african-ldcs>

<sup>51</sup> Voir les articles 8.1 et 49.5 du Règlement 1151/2012.

Avec les Accords de partenariat économique (APE), on commence à disposer d'autres voies pour protéger plusieurs noms simultanément dans différents pays.

L'OMC prévoit des normes minimales de protection des IG au niveau international, tandis que l'OMPI a mis en place deux mécanismes internationaux pour l'enregistrement des dénominations géographiques.

- Un enregistrement international des marques est possible dans le cadre de l'Arrangement et du Protocole de Madrid<sup>52</sup> (une procédure est fournie<sup>53</sup>).
- La protection et l'enregistrement international des AO sont possibles dans le cadre de l'Arrangement de Lisbonne<sup>54</sup>, et le seront également pour les IG une fois que l'Acte de Genève<sup>55</sup> sera entré en vigueur.

L'Acte de Genève adopté en 2015 ouvrira la voie à un régime de protection multilatérale efficient, conforme à l'Accord sur les ADPIC de l'OMC. Ce nouveau texte constituera à la fois un modèle valide pour de futures législations et un moyen plus direct d'offrir une protection internationale aux IG dans les pays disposant déjà d'un système qui reconnaît et protège ces dernières. L'un des avantages de l'adhésion à ce traité est la protection automatique des IG enregistrées au niveau international dans les pays membres de l'Arrangement de Lisbonne.

#### ENCADRÉ 2.14

##### **Des frontières africaines floues**

Il est de notoriété publique que les frontières africaines ont été arbitrairement fixées durant la Conférence de Berlin de 1884/85. Certaines zones caractéristiques s'étendent de ce fait au-delà des frontières internationales.

Le désert du Kalahari, par exemple, est à cheval entre l'Afrique du Sud, la Namibie et le Botswana. Pour certains, le sud de l'Angola et le sud-ouest de la Zambie présenteraient les mêmes caractéristiques géologiques que le désert du Kalahari. Sur le plan de la géologie et de la répartition de la flore, le sud de la Namibie est très similaire au Karoo – généralement considéré comme s'étendant sur une grande partie des provinces du Cap oriental, du Cap du Nord et du Cap occidental, et du sud de la province de l'État libre. La partie nord du district de Waterberg dans la province du Limpopo présente les mêmes caractéristiques climatiques, selon la classification de Köppen, que la partie sud du Zimbabwe.

On pourrait citer de nombreux autres exemples similaires sur le continent africain. Dans ce contexte, l'adhésion à l'Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne sur la protection internationale des IG et des AO prend un caractère crucial<sup>56</sup>.

<sup>52</sup> <http://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/fr/guide/pdf/partb2.pdf>

<sup>53</sup> Ibid, note 52. <http://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/fr/guide/pdf/partb2.pdf>

<sup>54</sup> <http://www.wipo.int/lisbon/fr/general>

<sup>55</sup> [http://www.wipo.int/meetings/diplomatic\\_conferences/2015/fr](http://www.wipo.int/meetings/diplomatic_conferences/2015/fr)

<sup>56</sup> Voir l'article 5.4 du nouvel Acte de Genève: «[Possibilité de demande conjointe dans le cas d'une aire géographique transfrontalière] Dans le cas d'une aire géographique d'origine qui consiste en une aire géographique transfrontalière, les parties contractantes adjacentes peuvent, conformément à leur accord, déposer une demande conjointement par l'intermédiaire d'une administration compétente désignée en commun.»

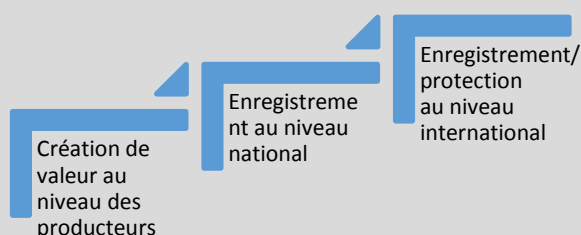
Il est également possible d'enregistrer des IG sur des marchés étrangers en déposant directement une demande d'enregistrement sur les registres des IG des pays en question, conformément à leurs procédures nationales (l'UE, par exemple, offre cette possibilité). Sous réserve d'être dûment protégées dans leur pays d'origine, les IG peuvent également être enregistrées auprès de l'UE, conformément à l'article 8 du Règlement 1151/2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires (21 novembre 2012). Un document unique contenant les principaux points du CdC et une description du lien entre le produit et son milieu géographique doit être fourni. Un guide a été élaboré pour aider les demandeurs à remplir le «document unique»<sup>57</sup>.

Enfin, l'UE et un certain nombre de partenaires ACP ont conclu des APE. L'APE avec la Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC) comprend un protocole bilatéral entre l'UE et l'Afrique du Sud relatif à la protection des IG et au commerce des vins et spiritueux. L'UE va protéger des dénominations telles que le rooibos, la célèbre infusion d'Afrique du Sud, et de nombreuses dénominations de vins telles que Stellenbosch et Paarl. En retour, l'Afrique du Sud protégera plus de 250 dénominations de l'UE dans les catégories des produits alimentaires, des vins et des spiritueux<sup>58</sup>. La possibilité d'étendre ces avantages à d'autres pays africains est à l'étude. Certains APE comprennent donc une «clause de rendez-vous» prévoyant des négociations dans le domaine de la propriété intellectuelle qui couvriront, on peut le supposer, les IG<sup>59</sup>.

#### ENCADRÉ 2.15

##### Enregistrement international de dénominations

La procédure générale est la suivante:



1. Définition du produit par le groupe de producteurs, selon un cahier des charges précis.
2. Demande du groupe de producteurs envoyée aux autorités nationales compétentes.
3. Examen de la demande par les autorités nationales, visant à vérifier si elle est justifiée et si elle répond aux dispositions réglementaires.
4. Procédure d'opposition: si aucune opposition n'est déposée et si les dispositions réglementaires sont respectées, les autorités rendent une décision favorable; en cas d'opposition, les autorités examinent l'admissibilité des objections et décident de rejeter ou d'accepter la demande.
5. La décision est rendue publique.
6. La demande du groupe de producteurs est envoyée à l'organisme qui gère le traité multilatéral, régional ou bilatéral, ou directement au registre étranger des IG.

<sup>57</sup> [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/guides/guide-for-applicants\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/guides/guide-for-applicants_fr.pdf)

<sup>58</sup> <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/regions/sadc>

<sup>59</sup> Voir, par exemple, l'APE entre l'UE et le Cameroun: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2009:057:FULL&from=FR> (Propriété intellectuelle, Article 58) et l'APE entre l'UE et Madagascar, Maurice, les Seychelles et le Zimbabwe (Article 53). Les APE avec l'Afrique de l'Ouest et la Communauté de l'Afrique de l'Est (CAE), en cours de signature, comprennent également des clauses de rendez-vous pour des DPI. L'APE avec la CAE comprend des dispositions relatives à une coopération élargie dans ce domaine (chapitres consacrés à l'agriculture et au développement).

Une protection internationale peut être obtenue par différents moyens, notamment dans le cadre d'accords multilatéraux, régionaux et bilatéraux, mais aussi via une demande d'enregistrement transmise directement aux registres des IG d'autres pays, conformément à leurs procédures nationales.

L'enregistrement international de marques en vertu de l'Arrangement ou du Protocole de Madrid<sup>60</sup> est autorisé, et décrit dans un guide. Le système de protection et d'enregistrement international des AO en vertu de l'Arrangement de Lisbonne prévoit un simple enregistrement auprès de l'OMPI, qui confère une protection sur les territoires de toutes les parties contractantes (28 à l'heure actuelle)<sup>61</sup>; avec l'entrée en vigueur de l'Acte de Genève, le système couvrira les IG<sup>62</sup> en plus des AO.

Des négociations sont en cours entre l'UE et des CER – la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), le COMESA, la SADC, la Commission consultative européenne (CCE) et d'autres entités – en vue de parvenir à des accords sur les droits et régimes de propriété intellectuelle dans ces blocs économiques.

On note également plusieurs exemples de processus actifs de protection qui sont venus du secteur privé en cas d'absence de consensus entre les autorités publiques.

#### ENCADRÉ 2.16

##### **Le café d'Éthiopie et l'entreprise Starbucks**

En 2004, le gouvernement éthiopien a lancé l'Ethiopian Coffee Trademarking and Licensing Initiative (initiative en faveur de l'enregistrement de marques et la concession de licences, ci-après nommée l'«Initiative») en vue de parvenir à une solution concrète qui réglerait le problème de longue date lié à l'écart entre le montant que reçoivent les planteurs de café pour un sac de grains et le prix auquel les détaillants vendent le café dans les points de vente de différents pays. L'Initiative est menée par l'Ethiopian Fine Coffee Stakeholder Committee (Comité des parties prenantes du secteur éthiopien des cafés de qualité), consortium composé de coopératives, d'exportateurs privés et de l'Office éthiopien de la propriété intellectuelle (EIPO, Ethiopian Intellectual Property Office), ainsi que d'autres organismes publics compétents. L'EIPO a pris la direction de l'Initiative et s'est employé à élaborer un mécanisme qui permettrait aux planteurs de café du pays d'obtenir une plus grande part des bénéfices. L'Initiative visait également à obtenir des prix au détail élevés pour les cafés Harrar, Sidamo et Yirgacheffe – les trois plus célèbres marques de café d'Éthiopie. La principale stratégie, convenue par le Comité des parties prenantes, était de mieux faire connaître les cafés éthiopiens (sous leurs noms de marque) et leurs qualités distinctives, et donc de positionner stratégiquement ces produits sur le marché en pleine expansion des cafés de spécialité, tout en faisant en sorte que l'Éthiopie reste titulaire des dénominations, de manière à éviter les utilisations abusives. Ainsi, un plus grand pourcentage des prix de détail élevés des cafés éthiopiens irait directement aux producteurs ruraux.

La stratégie de marque pour les cafés éthiopiens s'est heurtée à une difficulté majeure en 2006. L'Office des brevets et des marques des États-Unis (USPTO) avait approuvé la demande d'enregistrement du café Yirgacheffe, mais l'Association américaine du café (NCA), qui représente les torréfacteurs américains, s'est opposée aux demandes de l'EIPO, pour la marque Harrar d'abord, puis pour la marque Sidamo. Dans les deux cas, les motifs d'opposition étaient que les dénominations en question étaient devenues des noms génériques qui désignaient des types de café, et qu'elles ne pouvaient donc pas être enregistrées au titre du droit des marques aux États-Unis. L'USPTO a rejeté

<sup>60</sup> <http://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/fr/guide/pdf/partb2.pdf>

<sup>61</sup> <http://www.wipo.int/lisbon/fr/general>

<sup>62</sup> L'adhésion à l'Acte de Genève ne sera possible qu'une fois celui-ci entré en vigueur.

la demande d'enregistrement de la marque Harrar en 2005 et celle de la marque Sidamo en 2006. L'EIPO a formé des recours contre les décisions de l'USPTO, en produisant des documents démontrant que les termes Harrar et Sidamo bénéficiaient d'un caractère distinctif acquis. Cependant, tant la société Starbucks que le gouvernement éthiopien étaient désireux de trouver au plus tôt un terrain d'entente. Ils ont ainsi annoncé en 2006 qu'ils avaient conclu un accord mutuellement satisfaisant concernant la distribution, la commercialisation et la concession sous licence des désignations de cafés de spécialité d'Éthiopie, et que cet accord fournirait un cadre de coopération propre à favoriser la reconnaissance des désignations Harrar, Sidamo et Yirgacheffe.

La société Starbucks a accepté de signer des accords de licences volontaires par lesquels elle reconnaît immédiatement à l'Éthiopie la titularité des dénominations Harrar, Sidamo et Yirgacheffe, qu'elles soient ou non enregistrées en tant que marque. Les commentateurs juridiques se sont accordés sur l'utilisation du terme «désignation», comme moyen de contourner l'obstacle que constituait le rejet des demandes d'enregistrement des marques Harrar et Sidamo.

## 2.3 CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Les IG se sont développées en Afrique au cours de la dernière décennie. Les consommateurs et les producteurs utilisent de nombreux noms de lieux pour décrire des produits très divers et leur lien avec la biodiversité, la production locale, les connaissances ou les identités sociales, mais aucune IG (hormis pour le champagne) n'a été enregistrée dans un pays de l'UA avant 2013. Les gains et bénéfices économiques et commerciaux découlant de la protection des IG en Afrique sont considérables, et les pays membres de l'UA se montrent intéressés par l'enregistrement et la mise en œuvre d'IG.

La protection des IG, qui concernent principalement des produits agricoles et culturels, pourrait offrir un avantage concurrentiel «naturel» aux pays africains. Cela étant, il convient de souligner que si les pays africains n'accordent pas toute l'attention nécessaire aux implications juridiques et institutionnelles des labels géographiques pour leurs territoires, les gains et bénéfices seront moins importants que prévu<sup>63</sup>. Le principal défi de l'Afrique est de veiller à ce que des cadres institutionnels appropriés et pertinents soient mis en place, avec l'assistance et sous la direction stratégique des institutions publiques concernées et des pouvoirs publics au sens large.

Les cadres réglementaires nationaux élaborés par les pays africains pour les IG continuent d'évoluer. Un certain nombre de conditions propices à un développement judicieux des IG sur le continent africain sont déjà en place, notamment une volonté politique et des mesures de soutien. Parallèlement, les pays africains font face à des défis qui peuvent être relevés dans le cadre d'une politique continentale de mise en œuvre des IG. En Afrique, des mécanismes de coopération et/ou des instances de concertation entre les régions permettraient de renforcer les capacités et de partager les pratiques optimales en matière d'IG, l'objectif étant une harmonisation progressive et une reconnaissance mutuelle des cadres juridiques africains de protection dans ce domaine. Ces cadres offriraient également des incitations à adhérer à un système multilatéral.

La plupart des pays ont mis en place un cadre juridique pour protéger les IG, mais à la date de publication du présent document, les mesures et cadres juridiques applicables variaient selon les pays (et même selon les produits au sein d'un même pays). Une stratégie continentale aiderait les différents pays à proposer des systèmes appropriés via l'élaboration d'une législation type à l'échelle de l'Afrique. Il convient d'informer les

<sup>63</sup> Appiah. 2011. [http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/appiah\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/appiah_en.pdf)

communautés des liens entre les divers mécanismes, afin que tous les acteurs soient en mesure de comprendre la législation. On constate un amalgame entre les concepts de connaissances traditionnelles et d'IG. En outre, les dispositions n'établissent pas toujours clairement la différence entre les AO et les IG lorsque les deux niveaux de protection sont proposés. Les AO et les IG doivent coexister, et les dispositions doivent clairement montrer les liens entre ces deux options, ainsi qu'entre les IG et les connaissances traditionnelles.

Nous avons vu plus haut la nécessité de revoir la législation des pays en ce qui concerne la possibilité pour des individus de déposer des demandes. Il convient de définir clairement qui peut déposer une demande (dans certains cas, pour faire avancer les choses, une personne peut y être autorisée, mais ne doit en aucun cas avoir de droits exclusifs sur l'IG). En outre, une personne ne doit jamais avoir l'exclusivité de l'utilisation de la description d'un produit. La législation type devrait traiter la question de la généricité, notamment en précisant qu'une dénomination enregistrée ne peut pas devenir un nom générique. De plus, elle devrait prévoir des dispositions relatives aux IG transfrontalières<sup>64</sup>. Pour les produits d'exportation tels que le cacao et le café, la valeur créée échappe aux producteurs, car la transformation n'a pas lieu dans le pays. À moins de pouvoir acquérir un certain contrôle sur les circuits de distribution ou de traiter directement avec les consommateurs finaux, les producteurs des pays africains ont peu de chances de conserver une grande partie de la valeur. Des discussions ont été engagées afin de déterminer le meilleur outil pour capturer la valeur ajoutée des IG: les licences de marques font partie des options envisagées.

Sans un système d'appui institutionnalisé, peu de producteurs seront en mesure d'utiliser le cadre législatif. Les institutions varient d'un pays à l'autre, et on note souvent une absence de coordination entre les organismes publics participant à la mise en application des IG. Les entreprises ne bénéficient d'aucun appui technique de base pendant les phases qui précèdent la demande d'enregistrement auprès de l'office de la propriété intellectuelle. Il faudrait mettre en place un forum / comité (ou un forum de la propriété intellectuelle avec un forum secondaire consacré aux IG) au niveau national – un guichet unique pour les questions liées aux IG. Sa fonction serait d'assurer une coordination entre les ministères. Au niveau continental, il faudrait constituer un corps de compétences spécialisées sur les IG (notamment un système d'apprentissage entre pairs et un réseau de points de contact sur les IG qui pourraient conseiller les différentes entités juridiques susceptibles d'avoir des IG sous leur garde). En outre, les législations et procédures des pays pourraient être mises à disposition sur le site web de l'UA.

À ce jour, des recherches restent à mener dans le domaine des IG pour: i) mieux coordonner les mesures visant à créer les capacités institutionnelles requises au niveau national en matière d'IG; ii) évaluer ce qu'implique l'existence de plusieurs organismes régionaux chargés des IG; iii) rechercher des points communs entre les différentes procédures d'enregistrement; iv) prévoir des dispositions relatives aux IG transfrontalières; et v) déterminer le rôle des États. S'agissant du dernier point, il convient de noter que le régime *sui generis* implique généralement une dynamique territoriale et un certain degré de participation de l'État.

---

<sup>64</sup> La législation pourrait recommander un accord entre les pays dans des cas spécifiques.

D'autres activités coordonnées par l'UA pourraient être axées sur la diffusion d'informations – faciles d'accès – sur les IG. La diffusion d'informations et la promotion de l'outil que constitue l'IG permettraient d'opérer des choix stratégiques quant à l'option de protection. Les activités pourraient également comprendre un projet pilote (qui porterait notamment sur les IG transnationales) et un recueil d'exemples de réussites au niveau continental.

Le manque de capacités et de ressources continue de freiner les actions entreprises par les pays africains pour mettre leurs régimes IG en conformité avec l'accord sur les ADPIC, et pour y intégrer les aspects liés au développement. La conformité avec l'Accord sur les ADPIC permettrait de créer des normes minimales au niveau continental, pour des aspects importants tels que la définition des termes, le traitement national et la relation entre les marques antérieures et les IG. Le marché africain devient de plus en plus intéressant, et l'application de règles équivalentes et réciproques bénéficierait au final aux opérateurs économiques. En outre, rien n'empêche les États de mettre en place un niveau plus élevé de protection des IG qui, en passant, refléterait leur position diplomatique au sein de l'OMC, ainsi que leurs besoins spécifiques. Le choix dépend des besoins et des défis recensés sur le continent en ce qui concerne l'utilisation abusive des dénominations géographiques. À l'heure actuelle, il ne fait aucun doute que l'utilisation abusive des dénominations géographiques est un problème grave, qu'il ne faut pas sous-estimer. Il faudrait envisager d'autres voies vers l'Accord sur les ADPIC, dans le cadre des régimes des arrangements de Lisbonne et de Madrid, afin de protéger les dénominations en danger – à condition que les IG soient protégées dans leur pays d'origine.

Il convient également d'encourager les membres à adhérer à l'Accord sur les ADPIC et à la Convention de Paris s'ils ne l'ont pas encore fait. Il faudrait envisager d'intégrer des dispositions relatives aux IG dans tous les APE.

Enfin, le secteur privé devrait être associé aux initiatives des pouvoirs publics dans le domaine des IG. Dans cette optique, un groupe continental sur les IG, issu du secteur privé, pourrait être établi pour encourager les organisations de ce dernier à intégrer des activités liées aux IG dans leurs statuts. Les IG ne figurent pas parmi les priorités des groupes d'agriculteurs existants – qui ont d'autres priorités. En outre, les groupes privés sont susceptibles d'enregistrer des dénominations correspondant à des produits de terroir, puis de se contenter d'engranger les bénéfices.



TABLEAU 2.3

**Analyse FFPM du cadre juridique**

	<b>Forces / possibilités</b>	<b>Faiblesses / menaces</b>	<b>Perspectives</b>
<b>Adoption du cadre juridique</b>	<p>La plupart des pays ont un cadre juridique.</p> <p>La plupart des parties prenantes ont intérêt à mettre en œuvre des IG.</p>	<p>Certains États membres disposent déjà de lois sur les IG, mais pas de législation secondaire pour les mettre pleinement en œuvre.</p> <p>Des différences existent en matière de protection des IG (définitions, champ de la protection).</p> <p>Il n'existe pas de protection réciproque avec les pays africains qui ne sont pas membres de l'OMC.</p>	<p>Application du traitement national.</p> <p>Approbation par décret de la législation actuelle lorsque cela est applicable.</p> <p>Harmonisation des législations relatives aux IG.</p> <p>Intégration de dispositions sur les marques de certification, le cas échéant.</p>
<b>Adéquation du cadre juridique avec les besoins de l'Afrique</b>	<p>Quelques pays mettent en avant les intérêts de l'Afrique dans leur législation et pourraient servir d'exemples.</p>	<p>La question des IG commence tout juste à être abordée dans les pays africains, et les cadres juridiques n'ont pas toujours été conçus pour refléter les intérêts de l'Afrique.</p>	<p>Définition des intérêts de l'Afrique en tenant compte des risques de marché et des besoins des producteurs – attention particulière à accorder aux petits exploitants et aux producteurs de biens d'exportation.</p> <p>Possibilité de parvenir progressivement à une harmonisation et à une reconnaissance mutuelle des cadres juridiques des pays africains en matière de protection des IG.</p>
<b>Utilisation du cadre juridique</b>	<p>Certains pays ont utilisé leur cadre juridique pour enregistrer des dénominations, et leurs expériences seront partagées afin d'inciter d'autres opérateurs en Afrique à faire de même.</p>	<p>Les producteurs ne comprennent pas toujours ce que sont les IG, ou n'y ont pas accès.</p> <p>Les responsables officiels ont parfois des connaissances limitées sur les régimes relatifs aux IG, les coûts y afférents et les charges administratives.</p>	<p>Sensibilisation des parties prenantes.</p> <p>Formation plus complète des personnes responsables des IG recommandée.</p> <p>Protection nationale des IG, entre autres pour permettre une protection internationale.</p>

		Des IG ne sont pas toujours enregistrées chaque fois qu'il convient.	
<b>Capacités institutionnelles</b>	La plupart des pays africains tirent profit de l'existence d'un office national de la propriété intellectuelle.	Faiblesse des moyens de répression de la fraude.  Difficultés à mettre en œuvre une protection <i>ex officio</i> .	Renforcement des capacités des institutions en matière de la répression de la fraude.  Importance de prendre en considération les taxes et cas appropriés afin de couvrir les besoins liés à une protection <i>ex officio</i> .
<b>Cadre international</b>	Quelques conventions pourraient faciliter l'enregistrement de dénominations africaines à l'échelle internationale.	Manque d'incitations à rejoindre des syndicats internationaux du fait du nombre limité de dénominations enregistrées.	Mécanismes de coopération et/ou instances de concertation entre les régions aux fins de renforcement des capacités et de mise en commun des pratiques optimales.  Coopération régionale et internationale renforcée en matière de protection et de mise en application des IG. Adhésion à des accords multilatéraux (Arrangement de Lisbonne et nouvel Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne; Arrangement de Madrid).  Enregistrement de dénominations sur des registres IG étrangers (registre de l'UE, par exemple).  Appui des CER à ces processus.

### 3. CADRE D'ACTION CONTINENTAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

Un cadre d'action continental pour le développement de IG se justifie du fait des contextes économiques et institutionnels qui caractérisent l'Afrique, et repose sur les recommandations formulées à l'issue de la présentation des facteurs favorisant le développement des IG, et sur les enseignements relatifs aux IG et aux problèmes juridiques qui se posent sur le continent. Le processus consultatif organisé par la CUA a abouti au cadre d'action ci-après.

#### 3.1 VISION

La vision de l'avenir est un environnement qui favorise le développement des IG en Afrique, en vue d'offrir des conditions propices au développement rural durable et au renforcement de la sécurité alimentaire.

#### 3.2 MISSION

Le cadre d'action a vocation à permettre l'élaboration de stratégies judicieuses en matière de promotion et de protection des IG, au moyen d'un renforcement des capacités institutionnelles, de politiques publiques et de programmes d'appui, de cadres juridiques et institutionnels plus solides, d'une coordination et de partenariats efficaces, et de projets pilotes de démonstration sur le continent africain.

#### 3.3 OBJECTIFS

Les objectifs sont de promouvoir les IG et de les intégrer dans le programme politique des États membres de l'UA et des institutions régionales, afin de contribuer à un développement rural durable ouvert à tous et respectueux de la parité hommes-femmes, à une nutrition sûre et de qualité, à la sécurité alimentaire et à l'amélioration des moyens d'existence en Afrique.

#### 3.4 VALEURS FONDAMENTALES

Ces valeurs découlent des questions traitées au chapitre 2. Elles s'inscrivent également dans le prolongement des aspirations formulées par l'UA dans l'Agenda 2063, et se répartissent en valeurs bioculturelles, sociales, économiques et juridiques.

D'un point de vue *économique*, ces valeurs fondamentales:

- augmentent les valeurs économiques des produits agricoles, alimentaires et artisanaux locaux, par le développement des marchés et un accès plus large à ces derniers;
- favorisent une répartition équitable des valeurs économiques en amont de la chaîne alimentaire;
- renforcent les effets bénéfiques sur l'ensemble du continent africain, au moyen de stratégies territoriales étendues et du développement de liens avec le tourisme et d'autres secteurs économiques;
- renforcent les techniques commerciales et facilitent la commercialisation de produits africains locaux et typiques.

D'un point de vue *bioculturel*, elles:

- préservent et font connaître des produits alimentaires et artisanaux africains emblématiques;
- mettent en lumière les savoirs et la sagesse traditionnels;
- préservent des ressources naturelles spécifiques, notamment des races et des variétés locales, et des paysages (agricoles) remarquables;
- renforcent l'identité locale et l'image locale.

D'un point de vue *social*, elles:

- contribuent à l'autonomisation des groupes vulnérables, en particulier des petits exploitants, des femmes et des jeunes;
- promeuvent le travail décent;
- plaident pour une nourriture sûre et des régimes alimentaires sains et diversifiés;
- renforcent les connaissances sur les produits africains sous IG et la réputation de ces produits au sein de la population africaine.

D'un point de vue *juridique / institutionnel*, elles:

- encouragent un dialogue, une coordination et des partenariats efficaces entre le secteur public et le secteur privé;
- défendent une vision commune au sein des États membres de l'UA, et contribuent à la reconnaissance mutuelle et à l'harmonisation des moyens juridiques en matière de protection des IG;
- garantissent une cohérence et des synergies entre les politiques.

### 3.5 PRINCIPES DIRECTEURS

Les principes directeurs, conformément aux valeurs de la CUA, sont axés sur une mise en œuvre efficace du cadre d'action et visent à s'adapter aux besoins des parties prenantes de l'UA et s'assurer leur adhésion (cohérence interne), et à s'inscrire dans le contexte international et en tirer bénéfice (cohérence externe).

#### Cohérence interne

- Appui sur les expériences en matière d'IG et les cadres existants dans ce domaine, notamment les institutions régionales telles que l'OAPI et l'ARIPO.
- Partenariats et coordination entre les parties prenantes au niveau national, notamment par l'intermédiaire des CER, et au niveau national (comités nationaux IG, en particulier).
- Coordination avec d'autres politiques et réglementations agricoles, tant publiques que privées (sécurité sanitaire des aliments, agriculture biologique, commerce équitable, etc.), aux niveaux régional et national, et avec des initiatives complémentaires au niveau continental (notamment l'initiative EOA [Ecological Organic Agriculture] en faveur de l'agriculture biologique).
- Approches participatives (inclusion) et représentation de l'ensemble des parties prenantes, y compris des consommateurs.
- Transparence des processus.
- Recherche de consensus.

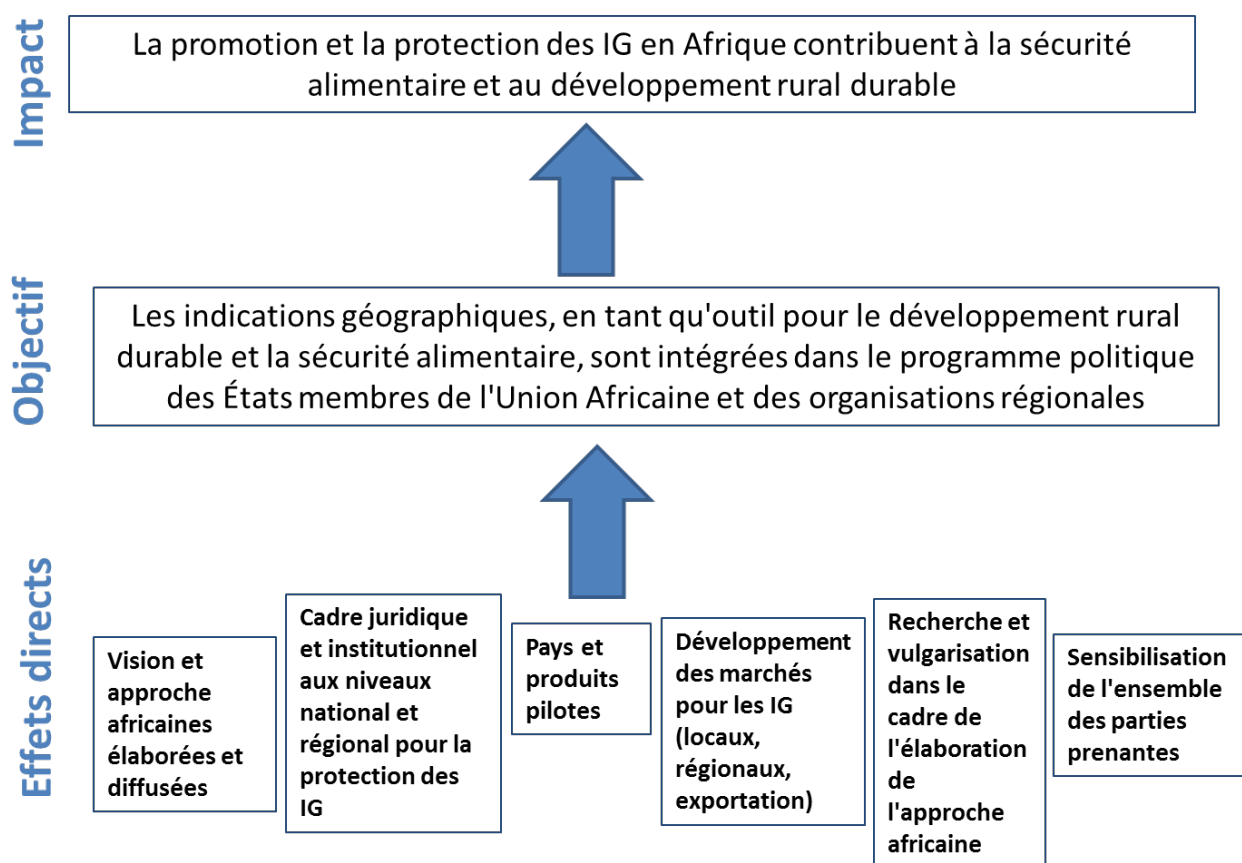
### Cohérence externe

- Coordination, partenariats et synergies – sur les aspects relatifs aux politiques et aux marchés – dans le cadre d'interactions avec les parties prenantes au niveau international (organismes des Nations Unies, UE, donateurs, etc.).
- Conformité avec les traités et accords internationaux liés à la définition et à la protection des IG (Accord sur les ADPIC, Arrangement de Lisbonne, Arrangement de Madrid, etc.).

Ce cadre d'action et le modèle de résultats (voir la figure 3.1) serviront de base pour l'élaboration du Plan d'action pour le développement des indications stratégiques en Afrique.

FIGURE 3.1

### Cadre d'action pour le développement des indications stratégiques – modèle de résultats



## 3.6 PORTÉE ET CIBLAGE GÉOGRAPHIQUE

La stratégie africaine pour le développement des IG concerne tous les produits liés à l'agriculture (élevage, pêche, activités artistiques et artisanales, plantes médicinales, cuisine, textiles, forêts et bois, et insectes comestibles, notamment).

Elle couvre toutes les régions du continent africain et tous les pays membres de l'UA.

### 3.7 OBJECTIFS ET EFFETS DIRECTS

Les objectifs et les effets directs de la stratégie continentale pour le développement des IG sont présentés ci-après. Certains des produits et activités connexes, et leurs cibles et indicateurs, seront définis plus précisément dans le Plan d'action, parallèlement au cadre logique détaillé.

#### Principaux objectifs

Le présent cadre d'action est destiné à fournir des orientations à l'UA, aux CER, aux institutions régionales chargées des IG, aux États membres et aux autres parties prenantes qui interviennent dans la promotion et la protection des IG, afin de contribuer à un développement rural durable sur le continent africain.

#### Effets directs stratégiques

Six effets directs stratégiques fondés sur les recommandations formulées ci-dessus ont été définis en vue d'atteindre les buts et les principaux objectifs du cadre d'action:

- **Effet direct 1.** Une vision africaine des IG, en tant qu'outil contribuant au développement rural durable et à la sécurité alimentaire, et une approche africaine en matière d'IG sont élaborées et diffusées.
- **Effet direct 2.** Un cadre juridique et institutionnel est mis en place aux niveaux national et régional pour la protection des IG.
- **Effet direct 3.** Un soutien est apporté au développement et à l'enregistrement de produits IG en tant que pilotes et moteurs d'un développement rural durable, aux fins d'apprentissage et de démonstration.
- **Effet direct 4.** Le développement des marchés des produits sous IG est favorisé au moyen d'approches innovantes sur les marchés locaux, par le commerce régional au sein des CER et sur les marchés d'exportation (notamment ceux de l'UE, où les IG sont un outil de commercialisation bien établi).
- **Effet direct 5.** La recherche, les programmes de formation et la vulgarisation sont encouragés dans le but de recenser, de développer et de diffuser les meilleures pratiques adaptées au contexte africain et de contribuer à l'approche africaine face au changement climatique. Beaucoup de recherches ayant été menées par des organismes non africains, la coopération entre les institutions africaines et non africaines expérimentées doit être facilitée.
- **Effet direct 6.** Des activités de sensibilisation sont menées auprès de l'ensemble des parties prenantes, y compris les consommateurs, et les conditions permettant une communication entre les parties prenantes et une diffusion de l'information à un large public sont mises en place.

**UNION AFRICAINE**

**DÉPARTEMENT DE L'ÉCONOMIE RURALE ET DE L'AGRICULTURE**

**LA STRATÉGIE CONTINENTALE POUR LE DÉVELOPPEMENT  
DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES EN AFRIQUE**

**ANNEXES**





## TABLE DES MATIÈRES

<b>ANNEXE 1: INVENTAIRE DES PRODUITS TRADITIONNELS DES PAYS DE L'UNION AFRICAINE.....</b>	<b>65</b>
<b>ANNEXE 2: CONTEXTE DE L'ÉLABORATION DES IG EN AFRIQUE .....</b>	<b>74</b>
<b>ANNEXE 3: CADRE JURIDIQUE DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES .....</b>	<b>83</b>
<b>ANNEXE 4: LISTE DES EXPERTS ET DES PARTIES PRENANTES AYANT PARTICIPE A LA CONSULTATION ELECTRONIQUE.....</b>	<b>102</b>
<b>ANNEXE 5: ATELIER DE VALIDATION.....</b>	<b>109</b>
<b>ANNEXE 6: ATELIER SUR LA STRATEGIE CONTINENTALE ET LE PLAN D'ACTION RELATIFS AUX INDICATIONS GEOGRAPHIQUES (IG) .....</b>	<b>124</b>



## ANNEXE 1. INVENTAIRE DES PRODUITS TRADITIONNELS DES PAYS DE L'UNION AFRICAINE

### INVENTAIRES SLOW FOOD EN AFRIQUE, ÉTABLIS EN COLLABORATION AVEC LA FAO:

- Le rapport définitif de la Fondation Slow Food pour la biodiversité, établi dans le cadre du projet intitulé «Promoting origin-linked quality products in four countries, Sierra Leone, Guinée-Bissau, Mali et Sénégal» (Promouvoir les produits de terroir de qualité dans quatre pays) (l'un des huit projets du programme de la FAO intitulé «La sécurité alimentaire à travers la commercialisation de l'agriculture» en Afrique de l'Ouest):  
[www.fao.org/fileadmin/templates/mountain\\_partnership/doc/Report\\_finale\\_ENG.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/mountain_partnership/doc/Report_finale_ENG.pdf)
- [Katta de Tombouctou et Gao, au Mali \(en italien\)](#)
- [Cola de Kenema, en Sierra Leone \(en anglais\)](#)
- [Couscous salé de mil de l'île de Fadiouth, au Sénégal](#)
- [Huile de palme, en Guinée-Bissau \(en italien\)](#)

INVENTAIRE ORIGIN: [www.origin-gi.com/fr/81-activités/3354-repertoire-informatique-des-indications-geographiques-ig-protegees-dans-le-monde.html](http://www.origin-gi.com/fr/81-activités/3354-repertoire-informatique-des-indications-geographiques-ig-protegees-dans-le-monde.html)

INVENTAIRE FAO-CTA-ONUDI-REDD: [www.fao.org/food-quality-origin/events/fao-regional-seminars/guinea/en/](http://www.fao.org/food-quality-origin/events/fao-regional-seminars/guinea/en/)

### AFRIQUE DU SUD:

Dans le cadre du projet DURAS, une enquête a été menée sur six indications géographiques potentielles d'Afrique australe (Rooibos, Heuningbos, agneau du Karoo, mohair de Camdeboo, swakara et graines de melon du Kalahari). Ces recherches ont donné lieu à un livre publié chez Springer («Developing Geographical Indications in the South», Bramley, C., Bienabe, E. et Kirsten, J. [éds] [2013]).

Pays	IG ou IG potentielle	État d'avancement
<b>Afrique du Sud</b>	Rooibos (tisane) Heuningbos, graine de melon du Kalahari Huile d'autruche Klein Karoo Huile d'olive sud-africaine Boland Waterblommetjies (tiges, feuilles et fleurs de l'Aponogéton odorant [ <i>Aponogeton distachyos</i> ]) Vin d'origine	Vins sud-africains <u>enregistrés</u> en tant qu'indications géographiques en vertu de la loi sur les produits alcoolisés ( <i>Liquor Products Act</i> ) (Loi 60 de 1989) Thé rooibos <u>enregistré</u> en tant que marque de certification. Le Rooibos ainsi que le Heuningbos et la graine de melon du Kalahari ont été protégés en tant qu'indications géographiques en Afrique du Sud en vertu de la loi sur les marques de marchandises ( <i>Merchandise Marks Act</i> ) (Loi n° 17 de 1941). «Karoo Certified Meat of Origin» est protégé en tant que marque en vertu des lois sur les marques.
<b>Algérie</b>	Datte Deglet nour de Tolga Figue sèche de Beni Maouche Olive de Sig	En cours
<b>Bénin</b>	Fromage Wagashi, noix de cajou du Bénin Ananas pain de sucre Huile de palme zomi de Comè Huile d'arachide d'Agonli Gari de Savalou Afitin, condiment à base de néré <i>Kerstingella geocarpa</i> , grains Lagenaria & cucurbita sp., graines «egusi» Cossette d'igname Igname lamboko/pouna	Aucun enregistrement
<b>Burkina Faso</b>	Beurre de karité du plateau Mossi Haricots verts Souflou	Aucun enregistrement
<b>Cameroun</b>	Miel blanc d'Oku Poivre blanc de Penja	Miel blanc d'Oku ET Poivre blanc de Penja <u>enregistrés</u>

	<p>Igname de Mbé</p> <p>Oignon de Maroua</p> <p>Cacao de Ntonga</p> <p>Cacao de Nkonjock</p> <p>Cacao de Nyanon</p> <p>Cacao de Mbangassina</p> <p>Café de Santchou</p> <p>Café de Boyo</p> <p>Avocat de Mbouda</p> <p>Ananas de Bafia</p> <p>Riz de Nsonmessok</p>	<p>Étude sur le cacao et le café originaires du Cameroun</p>
<b>Côte d'Ivoire</b>	<p>Pagne Baoulé</p> <p>Toile de Korhogo</p> <p>Poterie de Katiola</p> <p>Mangue des savanes</p> <p>Riz des montagnes</p> <p>Café des montagnes</p> <p>Cacao de Taabo</p> <p>Noix de cola de Sikensi</p> <p>Café d'Aboisso</p> <p>Noix de cajou de Bondoukou</p> <p>Piment de Bénéné</p> <p>Igname kponan</p> <p>Huile de palme de l'ouest montagneux</p> <p>Attiéké de Grand-Lahou</p> <p>Attiéké de Dabou</p> <p>Attiéké de Jacqueville</p> <p>Attiéké du pays Ébrié</p> <p>Attiéké Agbodjama</p> <p>Pagne traditionnel Gouro</p> <p>Maïs violet de Katiola</p> <p>Riz de Gagnoa</p> <p>Miel de Katiola</p> <p>Fruit noirs du faisancier de Katiola</p>	<p>Toile de Korhogo</p> <p>Marque collective <u>enregistrée</u></p> <p>L'enregistrement du pagne Baoulé est en cours.</p> <p>Quatre produits – poterie de Katiola, mangue des savanes, riz des montagnes et café des montagnes – ont été décrits et sont prêts pour le processus d'enregistrement.</p> <p>Les autres produits sont en cours d'identification.</p>

	Fruit du <i>Thaumatococcus daniellii</i>	
<b>Éthiopie</b>	Sidamo Yigacheffe Harrar Limu Jimma Lekempt Ghimbi	Tous les cafés; Sidamo, Yigacheffe, Harar <u>sont enregistrés</u> comme des marques sur les principaux marchés (UE, États-Unis, Japon). Aucune protection des droits de propriété intellectuelle en Éthiopie. Constitution de la RFDE, 1994, Art. 5/877.
<b>Gabon</b>	Bois d'œuvre d'okoumé	Aucun enregistrement
<b>Gambie</b>	Thé de Gambie (tisane)	Aucun enregistrement
<b>Ghana</b>	Cacao du Ghana Cacao <i>Fine or Flavour</i> du Ghana Pagne kita (Bonweri et Kpetoe) Beurre de karité Ighname pona Ananas pain de sucre (région du centre) Huile de palme zomi Riz brun Tissu Adinkra (Ashanti) Paniers Bolga Smock (nord) Perles d'Agomenya	Aucune information
<b>Guinée</b>	Ananas de Maférinyah Café du Mont Ziama Pomme de terre Belle de Guinée Riz Bora Malé Poisson blanc (otolithes) de Kamsar Miel jaune de Djaguissa Bonnet «Pouto» de l'artisanat du Fouta Petit piment de Benna Gros piment de Mamou Gombo de Kérédou	Café du Mont Ziama <u>enregistré</u> Riz Bora Malé <u>enregistré</u>
<b>Guinée-Bissau</b>	Noix de cajou	Aucun enregistrement

	Huile de palme traditionnelle de Cabedù Citrinus (variétés locales d'agrumes) Vinaigre de citron local traditionnel Petite tomate locale sinho Tambacumba Mancarra do bijacos Quiabo local Jacatou local Badjiqui Variétés locales de riz Fruta di pong (fruit à pain)	
<b>Guinée équatoriale</b>	Mbong	Aucun enregistrement
<b>Kenya</b>	Thé du Mont Kenya Café du Kenya Roses du Kenya Café Maasaï Café d'Arusha Café du Ngorongoro Fleurs coupées Soie sauvage Stéatite de Kisii Vin	Thé du Mont Kenya Café du Kenya <u>enregistré</u>
<b>Madagascar</b>	Vanille de Madagascar	Aucun enregistrement
<b>Mali</b>	Échalote du Pays Dogon Pommes de terre de Sikasso Mangue du Mali Tikomart, fromage touareg Oufer (pain de jujube touareg) Mouton de Macina (race locale) Kram-kram (céréale sauvage centrale dans la culture et la gastronomie touareg)	Aucun enregistrement
<b>Maurice</b>	Sucre Demerara de Maurice Lime de Rodrigues Haricot rouge de la baie Topaze	Aucun enregistrement

	Piment de Rodrigues Thé Bois Chéri Miel de Rodrigues	
<b>Mauritanie</b>	Poutargue de Nouadhibou	
<b>Namibie</b>	Huile de Marula, Tulipes, Moutons Peau de Karakul, Haidoo-plant Heuningbos, graine de melon du Kalahari	Aucun enregistrement
<b>Niger</b>	Kilichi du Niger (viande séchée) Violet de Galmi Peau de la chèvre rousse de Maradi Poivron de Diffa Fromage de Toukounous, Tchintabaraden, Maïné Soroa Sésame de Téssaoua Ail blanc et Pomme de terre de Tabelot Sel de Fogha Miel de Madarounfa et Magaria Orange de Timia Niébé blanc de Dosso Oignon blanc de Gothey Sel gemme de Sambera	Violet de Galmi <u>enregistré</u> comme une marque collective
<b>Nigéria</b>	Igname Pepa	Aucun enregistrement
<b>Ouganda</b>	Tissus d'écorce du centre de l'Ouganda Coton du Nil occidental Sésame du Nil occidental Miel du Nil occidental Bar blanc d'Amérique Gousses de vanille (vanille du district de Mukono) Ananas, Pomme Banane, Groseille du Cap, Jaque Matooke (banane plantain verte) Miel du triangle de Luwero Café du Mont Elgon	Produit non agricole. Le coton et le sésame du Nil occidental font l'objet du projet de «marques régionales» de l'OMPI.
<b>Rwanda</b>	Café des montagnes du Rwanda Thé rwandais	



Sénégal	<p>Yett du Sénégal</p> <p>Miel de Casamance</p> <p>Couscous de mil salé de Fadiouth</p> <p>Miel de mangrove (îles Saloum, Casamance)</p> <p>Kinkeliba, Duté bu xéegn, Maciti (tisane)</p> <p>Noix de cajou</p> <p>Toulcouneu (La Myrrhe, huile locale pharmaceutique)</p> <p>Poudre de tamarin noir velouté</p> <p>Amandes des dattes du sump</p> <p>Danx (<i>Detarium microcarpum</i>)</p> <p>Tol (<i>Landolphia heudelotii</i>), une liane</p> <p>Kejax, poisson séché braisé</p> <p>Crevettes de Katakalous, crevettes de la ria Casamance</p> <p>Dimb (<i>Cordyla pinnata</i>)</p> <p>Néré (<i>Parkia biglobosa</i>): nététou (condiment)</p> <p>Jaxatu (<i>Solanum aethiopicum</i>)</p> <p>Ndur (<i>Cassia tora</i>)</p> <p>Madd (<i>Saba senegalensis</i>)</p> <p>Bissap (<i>Hibiscus sabdariffa</i>)</p> <p>Ron (<i>Borassus aethiopicum</i>)</p> <p>Ditar (<i>Detarium senegalensis</i>)</p> <p>Solom (<i>Dialium senegalense</i>)</p> <p>Leung (<i>Vitex doniana</i>); fruit, drupe ovoïde</p> <p>Danx ou Dankh (<i>Parinari excelsa</i>)</p> <p>Fonio, une céréale</p> <p>Sap sap (<i>Moringa oleifera</i>)</p> <p>Neou (pommier du Cayor) (<i>Neocarya macrophylla</i>)</p> <p>Sidem (Jujube)</p> <p>Xewer (cerisier du Cayor) (<i>Aphania senegalensis</i>)</p> <p>Ninkom (cerise sauvage, couleur jaune à maturité, Casamance)</p> <p>Riz rouge (variété locale de Casamance)</p> <p>Pagne tissé Manjack</p> <p>Dallu Ngaye (chaussures de Ngaye)</p> <p>Poteries de Méouane</p>	Aucun enregistrement
---------	---	----------------------

<b>Sierra Leone</b>	Noix de cola Tea bush (tisanes) Miel du Koinadugu Sounbareh* (assaisonnement à base de graines de néré) Pois d'Angole Black Ndama («Waneh»)	Aucun enregistrement
<b>Tanzanie / Zanzibar</b>	Clous de girofle de Zanzibar Café Rift Valley	Aucun enregistrement
<b>Tunisie</b>	IP Grenade de Gabès  IP Pomme de Sbiba  IP Huile d'olive de Monastir  IP Deglet Ennour tunisienne  AOC Figs de Djebba  IP Menthe «el ferch»  7 vins AOC	Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 3/02/2009  Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 3/02/2009  Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 15/12/2010  Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 12/05/2012  Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 12/05/2012  Arrêté du Ministre de l'Agriculture du 12/05/2012  7 vins AOC ont été enregistrés via l'Arrangement de Lisbonne.
<b>Togo</b>	Ignames de Bassar Riz de Kovié Riz de Binah Huile de palme de Tsévié Avocat d'Agou Cacao des plateaux Café de Danyi Café de Dzogbegan Ananas de Notsè Ignames Laboko de Bassar Moutarde de Dapaong Pintade des savanes Fonio d'Akposso Adémé de Notsè	Travaux complets de recherche sur le riz de Kovié

	Gari de Vogan	
	Noix de cajou de Tchamba	
	Igname Laboko de Bassar	

## ANNEXE 2. CONTEXTE DE L'ÉLABORATION DES IG EN AFRIQUE

### **L'AGRICULTURE (Y COMPRIS LA FORESTERIE ET LA PÊCHE)** **EST UN SECTEUR ESSENTIEL POUR L'AFRIQUE**

- **Le développement agricole et rural est indispensable pour lutter contre l'insécurité alimentaire**

Plus de trois quarts des Africains vivent en milieu rural et dépendent de l'agriculture et des ressources naturelles pour leurs moyens d'existence. Par ailleurs, l'agriculture est un moteur essentiel du développement économique de l'Afrique.

La faim et la pauvreté sévissent toujours – d'après les estimations de la FAO, 240 millions d'Africains, soit un quart de la population du continent, ne mangent pas comme il faudrait pour leur santé et leur bien-être.

Au cours des deux dernières décennies (de 1990-1992 à 2012-2014), le taux de pauvreté a diminué de 23 pour cent entre 1993 et 2011 et les disponibilités alimentaires totales de l'Afrique subsaharienne ont augmenté de près de 12 pour cent. Il n'en reste pas moins que la pauvreté est encore très élevée – 75 pour cent des pays les plus pauvres du monde se trouvent en Afrique – et que le nombre total de personnes sous-alimentées continue de croître puisqu'il est estimé à 220 millions en 2014-2016, contre 175,7 millions en 1990-1992 (statistiques de la FAO).

Or, si l'on considère la superficie des terres cultivables mais non encore cultivées et la croissance rapide des marchés urbains du continent, on peut estimer que l'agriculture africaine est une force dans le système de sécurité alimentaire et nutritionnelle mondial.

Le développement agricole et un développement rural durable sont donc essentiels pour avancer vers la concrétisation des objectifs de développement durable des Nations Unies, en particulier pour éliminer la faim et réduire la pauvreté grâce à une croissance partagée dans un monde menacé par le changement climatique.

- **Les secteurs agricoles et alimentaires africains font face à d'importants problèmes et défis**

Du point de vue économique, tout d'abord, l'un des grands défis tient au fait que **les agriculteurs et les transformateurs, en majorité de petits exploitants, peinent à établir un lien avec les marchés**, et ce pour différentes raisons: manque d'infrastructures, absence de capacités d'investissement, exigences du marché (questions de sécurité sanitaire et de qualité des aliments). Peu organisés et dépourvus de puissance commerciale, **il est fréquent qu'ils n'obtiennent pas la valeur réelle de leurs produits et subissent les effets d'un revenu faible**. En outre, le manque d'accès à la terre et aux ressources, et la dégradation des ressources naturelles compliquent le problème que pose une productivité basse. La situation est encore aggravée par le peu d'investissement dans la recherche agronomique, la formation et les services de vulgarisation agricole, et par le manque de prestataires de services du secteur privé. **À l'échelle macroéconomique,**

**l'autre défi souvent cité est que les pays d'Afrique commercent davantage avec le reste du monde qu'ils ne le font entre eux.** Les estimations montrent que la facture annuelle des importations agricoles (actuellement proche de 40 à 50 milliards d'USD) augmente alors que les exportations stagnent, entraînant une dépendance à l'égard du commerce international qui n'est pas soutenable. Dans ce contexte, **le rôle des Communautés économiques régionales (CER)**, qui cherchent à renforcer les échanges intra-africains en éliminant les obstacles existants, est essentiel.

**Les ressources naturelles de l'Afrique sont immenses, mais elles sont menacées par l'état de fragilité de l'environnement, que le changement climatique met encore plus en danger.** L'Afrique est l'une des régions les plus vulnérables si l'on considère les effets du changement climatique, et ses capacités d'adaptation sont limitées. Quelque 70 pour cent des terres africaines se trouvent dans un environnement aride ou semi-aride, touché par une grave dégradation des ressources naturelles qui réduit la productivité et érode les écosystèmes. Il est encore plus essentiel de préserver la biodiversité en Afrique, car ce sont souvent les écosystèmes qui fournissent aux communautés de ce continent leur énergie, leurs aliments, leurs abris et leurs remèdes. Une perte de biodiversité ne constitue pas seulement une perte patrimoniale, elle représente également une capacité amoindrie d'adapter l'agriculture à des conditions de sol et de climat particulières, ce qui produit des effets délétères sur les moyens d'existence des communautés africaines. La sagesse et le savoir-faire agricole particulier des peuples autochtones, souvent liés à des ressources naturelles spécifiques, représentent des connaissances qui méritent d'être diffusées afin d'apporter des solutions ailleurs. Or, ces connaissances sur des pratiques et des systèmes traditionnels complexes d'exploitation agricole sont rarement mises en valeur et font l'objet de peu de recherches.

La **croissance rapide de l'urbanisation** – liée à l'exode rural – représente un autre problème sérieux, dans un contexte où les biens importés sont de plus en plus présents sur les marchés locaux. Elle conduit en effet à une généralisation de la **préférence pour les aliments transformés importés** et pour un mode de vie «opulent» qui n'est pas bon pour la santé, comme le démontre le problème grandissant des maladies «de civilisation» (diabète, obésité, tension artérielle élevée / basse, etc.).

Enfin, il n'est pas inutile de souligner **l'importance des femmes et des jeunes pour un développement rural durable en Afrique.** Les femmes africaines jouent un rôle critique dans la sécurité alimentaire sur le continent en assurant leur fonction de pourvoyeuses d'aliments et en vendant les éventuels excédents commercialisables. Elles fournissent la majorité de la main-d'œuvre dans l'agriculture et la production alimentaire, qu'elles soient responsables de la production de l'ensemble ou d'une grande partie des cultures vivrières (en particulier les variétés locales) ou plus spécialisées dans la transformation des produits alimentaires. Les jeunes représentent l'avenir: le secteur agroalimentaire doit être attrayant (pas seulement sur le plan du revenu, mais aussi en termes d'image et de technologie) pour susciter des vocations.

Paradoxalement, l'Afrique dispose d'immenses ressources naturelles et d'une grande diversité bioculturelle qui donne naissance à de multiples produits traditionnels dont la qualité est liée à l'origine, mais ses peuples souffrent d'insécurité alimentaire.

## **LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES SUSCITENT UN INTERET CROISSANT SUR LE CONTINENT: MANIFESTATIONS DE SENSIBILISATION**

- InterGI, formations annuelles internationales de haut niveau, organisées par le CIRAD et REDD, en France et en Suisse, depuis 2007.
- Réunion d'experts ACP-UE sur les enjeux liés aux indications géographiques, Montpellier (France), 24-27 mars 2009.
- Séminaire du CTA, Bruxelles (Belgique), 8 septembre 2009.
- Séminaire ONCC-CTA-OriGIn sur le café et le cacao au Cameroun, 28-30 septembre 2010.
- Cycle de conférences sur les IG organisé par OriGIn, la Francophonie et la délégation française à l'OMC, depuis mai 2010.
- Séminaire du Trade.com sur les IG en Afrique, avril-novembre 2010.
- Mise en relation de producteurs lors de la conférence «Tous ACP» sur les IG, Bruxelles (Belgique), novembre 2010.
- Dans le cadre du projet PAMPIG, deux ateliers de formation longue (2 semaines) se sont tenus à Montpellier (France) du 4 au 15 octobre 2010 et du 14 au 25 mars 2011 à l'intention des représentants des structures nationales de liaison et des ministres de l'Agriculture; trois ateliers de formation de courte durée (3 jours) ont eu lieu en avril 2011 – du 11 au 13, du 14 au 16 et du 18 au 20 – au siège de l'OAPI à Yaoundé (Cameroun), à l'intention des professionnels des 16 pays membres; trois séminaires régionaux sur les perspectives de développement des IG en Afrique ont été organisés à Libreville (Gabon) en 2010, à Conakry (Guinée) en 2011, en collaboration avec la FAO, et à Douala (Cameroun) en 2012.
- Quatre formations régionales FAO-OAPI-CTA-ROPPA-ONUDI-REDD sur l'identification des produits de terroir et les possibilités qu'offre l'IG ont été organisées entre 2013 et 2014 à l'intention des pays francophones et anglophones. La première s'est tenue à Cotonou (Bénin), en mai 2013, avec 30 participants venus du Bénin, de la Côte d'Ivoire, du Togo, du Cameroun, du Tchad, du Congo et de la République centrafricaine. La deuxième a eu lieu en novembre 2013 à Ouagadougou (Burkina Faso), avec 33 participants venus du Burkina Faso, du Cameroun, du Gabon, du Ghana, de Guinée, de Guinée-Bissau, du Mali, du Niger, du Sénégal et du Togo. La troisième s'est tenue à Akosombo (Ghana) en mai 2014 et réunissait 26 participants de pays anglophones: Ghana, Libéria, Sierra Leone, Nigéria et Rwanda. La quatrième était une formation de formateurs, organisée à Turin (Italie) en octobre 2014, en marge du Forum Origine, Diversité et Territoires; elle a réuni 15 spécialistes venus du Burkina Faso, du Cameroun, du Ghana, de Guinée, du Rwanda, du Niger, du Sénégal et du Togo.

## **UN CADRE INSTITUTIONNEL EXISTANT POUR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AUX NIVEAUX INTERNATIONAL ET CONTINENTAL**

Il est possible de relier une stratégie relative aux IG à l'échelle du continent aux cadres institutionnels existants, à l'échelon international et dans l'idée de l'Union africaine.

Du fait des liens entre les IG d'une part et l'agriculture, l'alimentation et la diversité bioculturelle d'autre part (cet aspect sera décrit plus en détail dans la partie suivante), le but ultime d'un cadre d'action continental en matière d'IG serait de **contribuer à la sécurité alimentaire et à un développement rural durable**, ainsi qu'**aux objectifs de développement durable des Nations Unies** (voir l'encadré 1).

### **Encadré 1. Le Programme de développement durable à l'horizon 2030 et les 17 Objectifs de développement durable**

- 1) Éliminer l'extrême pauvreté et la faim.
- 2) Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable.
- 3) Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge.
- 4) Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie.
- 5) Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles.
- 6) Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau.
- 7) Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable.
- 8) Promouvoir une croissance économique soutenue partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous.
- 9) Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation.
- 10) Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre.
- 11) Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables.
- 12) Établir des modes de consommation et de production durables.
- 13) Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions.
- 14) Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable.
- 15) Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.
- 16) Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous.
- 17) Partenariats pour la réalisation des objectifs.

En liaison avec l'intégration africaine, les Aspirations de l'Agenda 2063 – adopté par la vingt-quatrième Assemblée de l'Union africaine en 2015 et constituant un plan à l'échelle du continent pour les cinquante prochaines années – donnent un cap et un souffle pour établir le cadre d'action en matière d'IG de sorte qu'il permette la transformation et le développement durable du continent africain pour les générations futures (voir l'encadré 2).

**Encadré 2. Aspirations de l'Agenda 2063: «L'AVENIR QUE NOUS VOULONS POUR L'AFRIQUE»**

1. Une Afrique prospère fondée sur la croissance inclusive et le développement durable.
2. Un continent intégré, uni sur le plan politique et ancré dans les idéaux du Panafricanisme et la vision de la Renaissance africaine.
3. Une Afrique où bonne gouvernance, démocratie, respect des droits de l'homme, justice et état de droit sont à l'ordre du jour.
4. Une Afrique vivant dans la paix et dans la sécurité.
5. Une Afrique dotée d'une forte identité, d'un patrimoine commun, et de valeurs et d'éthique partagés.
6. Une Afrique dont le développement est axé sur les populations, qui s'appuie sur le potentiel de ses populations, notamment celles des femmes et des jeunes, qui se soucie du bien-être des enfants.
7. Une Afrique qui agit en tant qu'acteur et partenaire forts, unie et influente sur la scène mondiale.

Un cadre d'action en matière d'IG ainsi conçu contribuera directement aux **objectifs essentiels de l'Union africaine**, tels qu'ils sont formulés dans l'acte constitutif:

- créer les conditions appropriées permettant au continent de jouer le rôle qui est le sien dans l'économie mondiale et dans les négociations internationales;
- promouvoir le développement durable aux plans économique, social et culturel, ainsi que l'intégration des économies africaines;
- promouvoir la coopération et le développement dans tous les domaines de l'activité humaine en vue de relever le niveau de vie des peuples africains;
- coordonner et harmoniser les politiques entre les Communautés économiques régionales existantes et futures en vue de la réalisation graduelle des objectifs de l'Union;
- accélérer le développement du continent par la promotion de la recherche dans tous les domaines, en particulier en science et en technologie.

Le cadre d'action en matière d'IG sera directement aligné sur les priorités 2, 5 et 6 de la Commission de l'UA, reproduites dans l'encadré 3 ci-après.



**Encadré 3. Les huit priorités de la CUA, plan stratégique 2014-2017**

1. Promouvoir la paix et la stabilité, y compris les initiatives régionales, la bonne gouvernance, la démocratie et les droits de l'homme comme fondement de l'inclusion, de la sécurité et du développement du continent et de ses peuples.
2. Accroître la production agricole, le développement de l'agro-industrie et du secteur des entreprises, l'accès au marché et réaliser l'autosuffisance alimentaire et nutritionnelle collective de l'Afrique par la promotion des petites exploitations agricoles, de la gestion rationnelle de l'environnement et des ressources naturelles, y compris le changement climatique.
3. Promouvoir le développement économique inclusif et l'industrialisation grâce à l'accélération des projets de développement des infrastructures qui faciliteront l'intégration économique et l'utilisation des ressources minérales et d'autres ressources naturelles du continent.
4. Renforcer les capacités humaines de l'Afrique en accordant la priorité aux soins de santé primaires et à la prévention, à l'éducation, au développement des compétences et à l'investissement dans la science, la recherche et l'innovation, à l'accès à l'eau potable et à l'assainissement en tenant compte des groupes vulnérables.
5. Intégrer la participation des femmes et des jeunes dans toutes les priorités et activités de l'Union et du continent.
6. Mettre en œuvre des stratégies de mobilisation des ressources, avec un accent particulier sur les autres sources de financement et/ou des fonds supplémentaires pour permettre à l'Afrique de financer ses programmes et son développement.
7. Édifier une Union des peuples grâce à une communication active des programmes de l'Union africaine, à la promotion de l'image de marque de l'Union et à la participation des États membres et des autres parties prenantes dans la définition et la mise en œuvre de l'Agenda africain.
8. Renforcer la capacité institutionnelle de la Commission de l'UA, des CER et des autres organes, ainsi que ses relations avec les partenaires stratégiques et autres partenaires.

En outre, le cadre d'action en matière d'IG contribuera indéniablement au **Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine (PDDAA)**, orienté sur la croissance, qui vise à créer les ressources dont les communautés et les ménages ruraux d'Afrique ont besoin pour prospérer. Sur les quatre piliers du PDDAA, le cadre d'action en matière d'IG contribuera particulièrement aux piliers 2 et 4 qui portent sur les capacités d'accès aux marchés et sur la recherche agronomique et la diffusion des technologies (voir l'encadré 4).

**Encadré 4. Les quatre piliers du PDDAA**

- Pilier 1. Étendre les surfaces sous gestion durable des terres et les systèmes fiables de contrôle de l'eau.
- Pilier 2. Renforcer l'infrastructure rurale et les capacités commerciales en vue d'améliorer l'accès au marché.
- Pilier 3. Accroître l'approvisionnement alimentaire et réduire la faim.
- Pilier 4. Recherche et vulgarisation agricoles et adoption des technologies.

La vingt-troisième session ordinaire de l'Assemblée de l'Union africaine, qui s'est tenue à Malabo en juin 2014, a réaffirmé les principes et les objectifs du PDDAA et défini un ensemble de cibles et d'objectifs dénommés «**Objectifs de croissance et de transformation agricole accélérée à l'horizon 2025**». La **Déclaration de Malabo**, en particulier, (voir l'encadré 5) expose dans leurs grandes lignes sept engagements visant à favoriser la croissance et la transformation agricoles. Le cadre d'action en matière d'IG ira dans le sens de cette approche, en contribuant notamment à la réalisation des engagements 4 et 5 relatifs à la croissance et à la transformation agricoles inclusives, à la stimulation du commerce à l'intérieur du continent et à l'amélioration de la résilience au changement climatique.

#### **Encadré 5. Déclaration de Malabo de l'Union africaine**

1. Renouvellement de l'engagement en faveur des valeurs et des principes fondamentaux qui définissent le PDDAA
2. Engagement à renforcer le financement des investissements dans l'agriculture
  - Respecter l'engagement d'allouer au moins 10 % des dépenses publiques à l'agriculture
  - Rendre rapidement opérationnelle la Banque africaine d'investissement
3. Engagement à éradiquer la faim en Afrique d'ici à 2025
  - Doubler au moins les niveaux de productivité (action axée sur les intrants, l'irrigation et la mécanisation)
  - Réduire de moitié au moins les niveaux de pertes post-récoltes
  - Nutrition: faire baisser le retard de croissance de 10 %
4. Engagement à réduire de moitié la pauvreté d'ici à 2025, grâce à une croissance et une transformation agricoles inclusives
  - Maintenir une croissance annuelle du PIB agricole d'au moins 6 %
  - Établir et/ou renforcer les partenariats public-privé inclusifs dans au moins cinq (5) chaînes de valeur de produits agricoles prioritaires qui ont des liens étroits avec les petites exploitations agricoles
  - Créer des possibilités d'emploi dans les chaînes de valeur agricoles pour au moins 30 % des jeunes
  - Soutenir et favoriser l'accès et la participation préférentiels des femmes et des jeunes aux possibilités d'emploi rémunérateur et attractif dans le domaine de l'agroalimentaire
5. Engagement à stimuler le commerce intra-africain des produits et services agricoles
  - Tripler le commerce intra-africain des produits et services agricoles
  - Accélérer la mise en place de la Zone de libre-échange continentale (ZLEC) et la transition vers un système de Tarif extérieur commun (TEC)
6. Engagement à renforcer la résilience des moyens de subsistance et des systèmes de production en Afrique face aux aléas et autres risques liés au climat
  - Faire en sorte que, d'ici à 2025, au moins 30 % des fermiers, éleveurs et pêcheurs puissent résister aux risques climatiques et météorologiques
7. Engagement à faire preuve de responsabilité mutuelle dans les actions et les résultats
  - En utilisant le cadre de résultats du PDDAA – mener un processus d'examen biennal de l'agriculture

Enfin, le cadre d'action en matière d'IG correspond à 2 des 4 domaines de résultat essentiels du Département de l'économie rurale et de l'agriculture<sup>1</sup> (voir l'encadré 6) et contribue directement au plan stratégique et opérationnel (2014-2017) de ce département, non seulement pour ce qui concerne l'action stratégique 3.1, «Concevoir et soutenir la mise en œuvre des programmes portant sur l'infrastructure rurale et sur l'ajout de valeur» (en particulier, les deux actions opérationnelles relatives aux IG telles qu'indiquées précédemment et celle portant sur le soutien des initiatives de développement des chaînes de valeur régionales), mais aussi s'agissant de développer des liens avec les actions stratégiques suivantes (et d'en tirer profit):

- 1.3. Promouvoir et faciliter la production et la diffusion des connaissances, de l'innovation et de la technologie pour la transformation agricole.
- 2.1. Promouvoir les mesures visant à renforcer l'accès des femmes, des jeunes et des personnes handicapées à la terre et aux autres biens de production agricole.
- 2.2. Soutenir la conception et la mise en œuvre de projets menés dans le secteur agroalimentaire au titre du Fonds pour les femmes africaines.
- 3.2. Soutenir des programmes spécialement conçus pour aider les femmes, les jeunes et les personnes handicapées à entreprendre des activités ajoutant de la valeur aux produits agricoles.
- 3.3. Définir et mettre en œuvre des campagnes de communication et de plaidoyer et des plans médias thématiques pour sensibiliser, pour informer les parties prenantes et faire participer les citoyens, et pour favoriser l'appropriation des programmes menés dans le secteur agroalimentaire et destinés aux femmes, aux jeunes et aux personnes handicapées.
- 4.1. Promouvoir ou faciliter la gestion durable de l'environnement et des ressources naturelles, y compris l'eau, les terres, la biodiversité, etc.

---

<sup>1</sup> Mandat du Département de l'économie rurale et de l'agriculture: Le Département de l'économie rurale et de l'agriculture (DREA) de la Commission de l'Union africaine (CUA) a été créé dans le but de promouvoir le développement agricole et rural et de veiller à la sécurité alimentaire et à la nutrition des peuples africains. Il coordonne les politiques et les programmes qui s'emploient à réaliser un développement durable et à améliorer les moyens d'existence de la population en veillant à une gestion rationnelle des ressources environnementales et naturelles, y compris à la réduction des risques de catastrophe et à l'adaptation au changement climatique. Les résultats attendus définis dans le plan stratégique du DREA consistent à soutenir les processus susceptibles d'accroître la production agricole, en développant l'agro-industrie et le secteur des entreprises, d'améliorer l'accès aux marchés et de réaliser l'autosuffisance alimentaire et nutritionnelle collective de l'Afrique par la promotion des petites exploitations agricoles. Un mandat aligné sur la mission du DREA d'élaborer et de promouvoir la mise en œuvre des politiques et stratégies visant à renforcer l'agriculture africaine et une gestion rationnelle de l'environnement, en travaillant avec les États membres de l'UA, les Communautés économiques régionales (CER), les citoyens africains, les institutions et les autres parties prenantes.

#### **Encadré 6. Domaines de résultat essentiels du Département de l'économie rural et de l'agriculture (DREA)**

1. Soutien à la mise en œuvre des programmes prioritaires du PDDAA comme instrument à même de stimuler la production et la productivité agricoles, la sécurité alimentaire et nutritionnelle, et l'élimination de la faim et la réduction de la pauvreté.
2. Conception et mise en œuvre de programmes sur l'agro-industrie, y compris l'amélioration de l'accès aux ressources de production et de la capacité des femmes et des jeunes et d'autres groupes sociaux défavorisés.
3. Élaboration et mise en œuvre de programmes permettant d'exploiter l'infrastructure rurale pour faciliter l'accès aux marchés et le commerce de produits agricoles.
4. Meilleure exécution des programmes prioritaires sur l'environnement, les ressources naturelles et le changement climatique.

Il sera intéressant de veiller à la complémentarité entre le cadre d'action en matière d'IG et les autres stratégies continentales, en particulier l'**initiative Agriculture écologique et biologique**, étant donné que la norme d'application volontaire de l'agriculture biologique et les IG présentent des caractéristiques communes concernant l'approche de qualité, le dispositif de certification et la stratégie commerciale.

## ANNEXE 3. CADRE JURIDIQUE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

### CONTEXTE GENERAL

La Convention de Paris pour la propriété industrielle (20 mars 1883) a permis de lutter contre l'utilisation abusive d'indications de provenance. Les États avaient l'obligation de saisir tout produit portant une indication mensongère. Il demeurait toutefois un certain nombre de problèmes opérationnels, tels que l'absence de définition du concept et celle d'une liste des dénominations protégées dans chaque pays. Le statut des dénominations protégées était défini au cas par cas par les tribunaux dans le pays où la plainte avait été déposée. Pour couronner le tout, il était toujours possible pour un profiteuse de tirer parti de la réputation associée à une indication de provenance sans être contesté pour fraude aux termes de la Convention de Paris. En effet, il n'y avait fraude que si l'indication était fausse. En revanche, si le produit provenait effectivement de la zone géographique en question, il pouvait sans problème utiliser l'indication géographique existante et profiter ainsi de la réputation de celle-ci.

Certains États ont choisi de corriger cette «imperfection» dans l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits (14 avril 1891), mais le nombre de participants à cette Union est encore très limité (36 États membres, parmi lesquels, pour l'Afrique, l'Algérie, l'Égypte et la Tunisie).

Plus tard, un autre nombre limité d'États ont négocié l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (31 octobre 1958). Outre le petit nombre d'États contractants (à ce jour, seuls 28 États sont membres de l'Arrangement de Lisbonne), l'objet de l'Arrangement même était limité puisque celui-ci portait sur les appellations d'origine et n'avait donc aucun effet sur la notion plus large d'indication géographique. Malgré tout, cet arrangement offre la possibilité, après un enregistrement international, d'obtenir la protection d'une appellation d'origine dans 28 pays. De plus, le champ de la protection est très vaste. Aux termes de l'article 3 de l'Arrangement de Lisbonne, les États doivent protéger les appellations d'origine enregistrées contre *«toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "façon", "imitation" ou similaires»*.

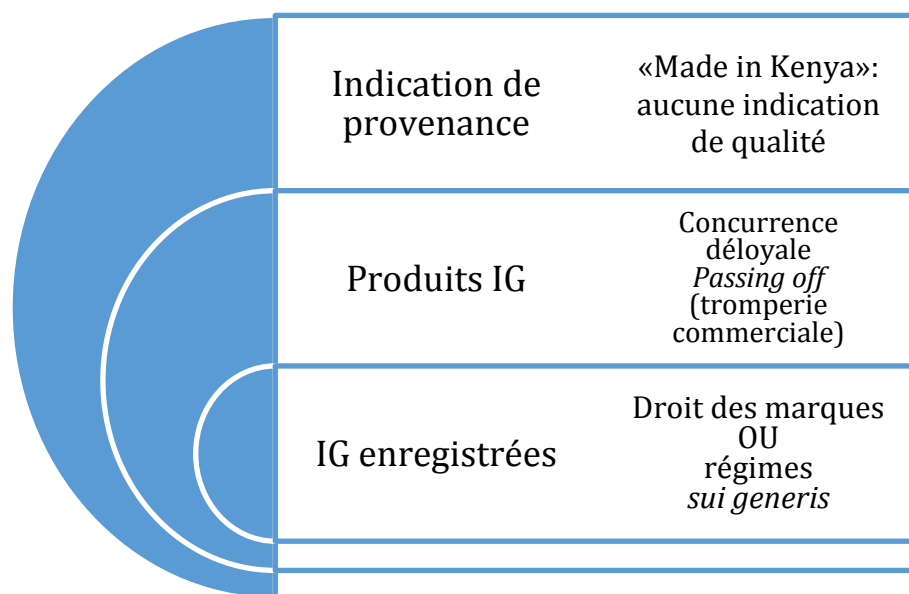
Il faut noter que quatre États membres de l'Union africaine sont aussi membres de l'Arrangement de Lisbonne: l'Algérie, le Burkina Faso, le Gabon et le Togo. De 2009 à 2015, l'Union de Lisbonne a entrepris une importante réforme visant à élargir l'objet de la protection (des AO aux IG) et à améliorer l'intérêt de cet enregistrement international. L'Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne sur les appellations d'origine et les indications géographiques a été adopté le 20 mai 2015 et ouvert à la ratification. À ce stade, le Burkina Faso, le Congo, le Gabon, le Mali et le Togo ont signé l'Acte (le 21 mai). Celui-ci entrera en vigueur dès que cinq États auront déposé leur instrument de ratification.

Les dénominations géographiques peuvent aussi être protégées par le droit des marques, notamment au moyen de marques de certification ou de marques collectives. À cet égard, le Protocole de Madrid concernant l'enregistrement international des marques est aussi l'une des conventions juridiques applicables dans ce domaine. Le Protocole élimine les coûts élevés généralement supportés lorsqu'on dépose séparément une demande nationale dans chaque pays ou juridiction dans lequel ou laquelle la protection est recherchée. Il introduit des innovations par rapport à l'Arrangement de Madrid existant pour ce qui est de l'enregistrement international des marques, notamment: la possibilité de fonder la demande d'enregistrement international sur une demande nationale en cours, sans avoir à attendre que l'enregistrement national soit accordé; la possibilité de déposer la demande d'enregistrement au titre du Protocole en français, en anglais ou en espagnol – alors que l'Arrangement ne permet que le français; et la possibilité pour un organe régional d'adhérer à l'instrument et d'étendre les avantages de celui-ci à plusieurs pays à la fois. Enfin, la protection dont jouit le propriétaire d'un enregistrement international est

identique à celle qui résulterait d'un enregistrement national auprès du bureau des marques d'une partie contractante au Protocole. L'Algérie, l'Égypte, le Ghana, le Kenya, le Lesotho, le Libéria, Madagascar, le Rwanda, le Sénégal, le Soudan, le Swaziland, la Tunisie, la Zambie et le Zimbabwe sont parties au Protocole de Madrid.

### **VOIES JURIDIQUES POSSIBLES POUR PROTEGER DES IG: AVANTAGES ET INCONVENIENTS**

Avant tout, il convient de préciser que, par «indication géographique», nous entendons les dénominations géographiques qui ont acquis un caractère distinctif de par leur association à un produit donné, indépendamment du fait qu'elles soient ou non enregistrées (voir le schéma ci-dessous). De fait, pour la plupart, les dénominations des produits de terroir d'Afrique ne sont pas protégées. Il peut se faire néanmoins que l'on détourne ou que l'on s'approprie des réputations locales hors de la zone en question. C'est le cas notamment lorsque la communauté autochtone est moins rapide qu'une entreprise privée à enregistrer une dénomination. Quoi qu'il en soit, il convient de noter que les IG, qu'elles soient ou non enregistrées, diffèrent des indications de provenance (telles que «Made in Kenya»), non soumises à l'enregistrement. L'indication de provenance est en effet nécessaire pour appliquer les taxes aux différentes étapes du commerce international ou pour indiquer où se trouve le siège social de l'entreprise, mais ne renvoie en rien à la qualité liée à l'origine indiquée.



### **Différents niveaux de lien entre un produit et son origine géographique**

Il existe de nombreux régimes de protection des IG dans les législations nationales, et chaque État demeure libre de choisir les options qui servent le mieux son intérêt. On peut les regrouper en trois grandes catégories: les législations sur les pratiques commerciales, qui concernent la «concurrence déloyale» et le «*passing off*» (la tromperie commerciale); le droit des marques commerciales, des marques collectives et des marques de certification; et les législations ad hoc relatives aux IG, ce que l'on nomme les régimes *sui generis*. Ces voies ne sont pas exclusives et chacune présente ses propres avantages et défis.

- Concurrence déloyale et *passing off*

L'action en *passing off* (tromperie commerciale) peut être décrite comme la voie de droit dans les cas où les biens ou les services d'une personne sont présentés comme étant ceux d'une autre personne, ce qui porte préjudice aux échanges commerciaux, à la réputation ou à la bonne foi de cette autre personne. La concurrence déloyale peut être définie comme «tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale». Il est de la responsabilité des États d'établir des règles assurant un fonctionnement loyal du marché et de déclarer illégales un certain nombre de pratiques commerciales qui trompent (ou sont susceptibles de tromper) le public, en particulier – pour ce qui nous occupe ici –, quant à l'origine géographique des produits proposés par l'entreprise. La grande majorité des pays ont des textes relatifs à la concurrence déloyale.

La notion de *passing off* est courante dans les pays de *common law*, où elle est considérée comme la base de la protection contre les concurrents commerciaux malhonnêtes.

Sur le plan juridique, la protection contre la concurrence déloyale et le *passing off* a pour but de protéger les négociants et les producteurs contre l'utilisation non autorisée de dénominations géographiques par des tiers, et non de créer des droits de propriété individuelle sur ces dénominations. En fait, cet instrument juridique vise à assurer un fonctionnement loyal des échanges plus qu'à garantir l'authenticité du produit. Sur un plan procédural, pour pouvoir ester en justice en invoquant la concurrence déloyale et le *passing off*, et pour stopper l'utilisation abusive d'une dénomination géographique, le demandeur doit prouver que les produits auxquels l'IG est régulièrement associée ont un marché (des clients) et une réputation établie, et que l'utilisation de la dénomination géographique par l'entité non autorisée crée une confusion dans l'esprit du public et entraîne (ou risque d'entraîner) un préjudice. D'ailleurs, la charge de la preuve lui incombe. La protection accordée à des indications géographiques à la suite d'une action en justice pour *passing off* ou concurrence déloyale n'a d'effet qu'entre les parties à la procédure. Le droit à la protection d'une indication géographique donnée doit donc être démontré à chaque fois qu'une action visant à faire respecter ce droit est recherchée.

- Protection des IG au moyen de marques de certification et de marques collectives

Une marque «commerciale» est un signe qui distingue certains biens ou services produits ou fournis par une personne physique ou morale. Elle confère à son propriétaire un droit exclusif de l'associer à des biens et services ou d'autoriser une autre entité à l'utiliser moyennant finance. La durée de la protection varie (dix ans environ), mais la marque commerciale peut être renouvelée indéfiniment en acquittant des taxes supplémentaires. Dans la plupart des pays, les marques sont protégées si elles sont enregistrées (déposées). Pour que cette protection soit effective, toutefois, il faut que la marque soit utilisée sur le marché.



On admet communément que, pour être considérés comme distinctifs, les signes utilisés comme marques ne doivent être ni descriptifs ni trompeurs. Ne pas être trompeurs signifie qu'ils ne doivent pas être de nature à semer la confusion dans l'esprit des consommateurs. Les marques commerciales doivent aussi être distinctives et non descriptives. Être distinctives signifie que les consommateurs peuvent les différencier des marques commerciales associées à d'autres produits. Quant au principe général selon lequel les marques commerciales ne doivent pas être descriptives, il implique que les termes géographiques ne peuvent pas être utilisés comme marques commerciales, à moins d'avoir acquis un caractère distinctif par l'usage ou de relever de la créativité et de la fantaisie, et donc de ne pouvoir tromper quant à l'origine des produits sur lesquels la marque est apposée. À titre d'exemples de marques géographiques ayant acquis un caractère distinctif, on peut citer «Sidamo», «Yirgacheffe» ou «Harar» en Éthiopie. Un exemple de marque géographique considérée comme «fantaisiste» pourrait être «Ushuaïa» (pour un déodorant); elle correspond effectivement à un lieu géographique existant en Argentine, mais ne peut pas être interprétée comme une référence au lieu d'origine des produits sur lesquels elle est apposée. Autre exemple, le terme «Antarctique» pour des bananes. La référence à l'origine est dite arbitraire et la marque est considérée comme ayant acquis un «sens secondaire» en raison de la façon dont le signe géographique est utilisé pour identifier la source des biens et parce que, avec le temps, les consommateurs en sont venus à reconnaître la marque comme identifiant une entreprise en particulier. Le signe ne décrit plus seulement le lieu d'origine, mais aussi la «source» du caractère unique des biens ou des services. À ce stade, le signe peut donc être déposé comme marque commerciale.

Ces exceptions mises à part, les lois sur les marques excluent spécifiquement de l'enregistrement les termes géographiques qui peuvent être interprétés comme constituant une référence à l'origine des biens concernés. En effet, il est communément admis qu'il serait illégitime qu'un opérateur empêche les autres d'indiquer le lieu d'origine de leurs produits en enregistrant une dénomination géographique comme marque si cette marque décrit simplement l'endroit et n'est associée à aucune spécificité.



Si les marques commerciales purement géographiques sont généralement exclues de l'enregistrement, tel n'est pas le cas des termes géographiques enregistrés en tant que marques collectives ou marques de certification.

Ces dernières indiquent que les produits ou les services qui leur sont associés possèdent des caractéristiques particulières, comme, entre autres, l'origine géographique. À ce titre, la marque de certification peut être descriptive et se contenter de désigner le lieu de production, sans nécessairement sous-entendre un lien entre la qualité et le produit ainsi identifié.

La marque collective, quant à elle, indique que des biens ou services particuliers ont été produits, fournis ou commercialisés par les membres d'un groupe bien défini. Les marques collectives sont donc détenues par un organe collectif tel qu'une association professionnelle ou une association de producteurs ou de fabricants, par exemple, et servent à indiquer que la personne qui utilise la marque en question est membre de cet organe collectif. L'association propriétaire de la marque collective exige généralement de ses membres qu'ils respectent certaines règles, telles que la zone de production géographique des biens en question ou des normes de production définies.



Les marques collectives et les marques de certification assurent la protection de dénominations géographiques sur la base d'initiatives privées. Dans les pays qui ont mis en place une législation sur les marques, les producteurs IG doivent être attentifs au champ de la protection. En général, l'enregistrement d'une dénomination géographique comme marque n'empêche pas nécessairement un tiers de l'utiliser dans sa version traduite<sup>2</sup> ni d'utiliser cette même dénomination précédée d'une expression de délocalisation (par exemple, «champagne californien») ou associée à des termes tels que «style», «genre», «type», etc. En outre, la protection de la marque suppose des ressources financières importantes, en raison principalement des droits d'enregistrement. La formalité d'enregistrement doit être renouvelée régulièrement (tous les dix ans, en général). Les mesures destinées à faire respecter les droits au moyen de marques collectives ou de marques de certification constituent un mécanisme privé, et sont donc entièrement aux frais des propriétaires. Ceux-ci doivent continuer de défendre leurs droits et procéder à une surveillance régulière des marchés sur lesquels la marque est protégée. Ils doivent être prêts à intenter les actions en justice nécessaires (opposition à l'enregistrement d'une marque, par exemple) pour protéger leur droit de propriété intellectuelle. Toute défaillance sur ce point amoindrirait nettement le droit en question. Ce type de protection est dit «*ex parte*». À chaque allégation de violation de ses droits, le propriétaire doit établir le risque de confusion pour le consommateur. Les coûts liés au procès ou, en amont, à la surveillance du respect des normes définies sont entièrement à la charge du propriétaire. Enfin, pour que la protection soit effective, il faut que la marque soit utilisée sur le marché, ce qui peut parfois poser des problèmes, quand des normes sanitaires empêchent la commercialisation d'un produit sur certains marchés, par exemple. Le défaut d'utilisation de la marque peut conduire à l'annulation.

- [Protection \*sui generis\* des IG](#)

Contrairement aux moyens généraux de protection, la troisième voie concerne les lois qui visent spécifiquement la protection des indications géographiques. Il n'existe pas d'approche uniforme quant aux produits remplissant les conditions d'une protection *sui generis*. En général, la dénomination protégée bénéficiera d'un cadre juridique solide. Le régime *sui generis* protège contre l'utilisation commerciale directe d'une IG (utilisation textuelle). Il empêche également une utilisation commerciale indirecte, dans laquelle la fausse indication géographique est utilisée avec une mention rétablissant l'IG authentique attendue (par exemple, lorsque des expressions telles que «type», «genre», «style», «à la manière de», «imitation» ou «évocation» sont utilisées), et ce même si la fausse indication fait référence à la véritable origine géographique du produit incriminé.

Le régime *sui generis* apporte une protection complète contre l'utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination déposée pour des produits non couverts par l'enregistrement. Cela comprend les expressions telles que «style», «type», «méthode», etc., qui suggèrent que le produit est équivalent ou associé à l'original, et ce même si l'origine du produit indiquée est la véritable origine ou si la dénomination protégée est traduite, ou le fait d'apposer sur l'emballage des informations fausses ou trompeuses sur l'origine, la nature ou les qualités des produits, susceptibles de donner une idée erronée de leur origine.

---

<sup>2</sup> Ainsi, le «Rwandan Coffee» a été enregistré par une personne physique sous le numéro de marque 3378503 aux États-Unis comme «Le café du pays des mille collines cueilli à la main en République du Rwanda».

Indépendamment de la voie juridique choisie, les sanctions applicables en cas d'utilisation abusive d'une IG vont d'injonctions du tribunal empêchant l'utilisation non autorisée, au paiement de dommages-intérêts et d'amendes ou, dans les cas graves, à des peines d'emprisonnement.

### Marques versus indications géographiques

Objet	Marques de certification et marques collectives	Protection <i>sui generis</i>
<b>Champ de la protection</b>	Protection contre la confusion créée dans l'esprit du consommateur. Une marque (individuelle) antérieure bloque tout nouveau dépôt de marque. Aucune protection contre la traduction ou la délocalisation.	Protection contre une utilisation abusive, une imitation ou une évocation de la dénomination apposée sur un produit non enregistré. Protection contre la traduction et l'utilisation de termes de délocalisation («style», «genre», «type», etc.). L'enregistrement d'une indication géographique coexistera avec une marque antérieure <sup>3</sup> , sauf si la marque en question est très connue <sup>4</sup> . À l'inverse, une indication géographique antérieure bloquera généralement l'enregistrement ultérieur de marques contenant cette IG.
<b>Généricité</b>	Habituellement, l'enregistrement d'une marque de certification ou d'une marque collective ne protège pas de la généricité.	Habituellement et lorsque la législation nationale le prévoit, une fois enregistré, le nom de l'IG ne peut pas devenir générique.
<b>Enregistrement</b>	Les dénominations géographiques peuvent être difficiles à enregistrer en tant que marques de certification ou marques collectives (test du caractère distinctif).	Nécessité que le cahier des charges justifie le monopole d'utilisation de la dénomination.
<b>Coûts</b>	Renouvellement de l'enregistrement tous les dix ans	Un seul enregistrement
<b>Mesures visant à faire respecter les droits</b>	Droits privés Mesures privées visant à faire respecter les droits Coût élevé des mesures visant à faire respecter les droits dans de nombreux pays	Droits collectifs Mesures privées et publiques visant à faire respecter les droits Aucun coût d'enregistrement Coût lié au processus de certification (contrôle)
<b>Durée de la protection</b>	Dix ans (renouvelable)	Protection indéfinie, aucun renouvellement nécessaire
<b>Utilisation</b>	Nécessité d'utiliser la dénomination sur le marché	Protection des IG habituellement non soumise à une utilisation sur le marché

<sup>3</sup> L'article 17 de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) prévoit cette exception limitée au principe du «premier en date, premier en droit».

<sup>4</sup> La législation européenne prévoit ce type de prévalence d'une marque (voir l'article 6 (4) du Règlement n° 1151/2012).

**Voies possibles pour protéger les indications géographiques et statuts des pays de l'Union africaine concernant les conventions internationales**

Pays de l'UA	Voies possibles pour les protéger dénominations géographiques nationalement		Adhésion à des organisations internationales / régionales pour la protection des dénominations géographiques			
	<i>Sui generis</i>	Droit des marques uniquement	Organe régional	Arrangement de Madrid	Arrangement de Lisbonne	Accord sur les ADPIC
République algérienne démocratique et populaire			Obs. ARIPO			
<a href="#">République d'Angola</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République du Bénin</a>			OAPI			
<a href="#">République du Botswana</a>			ARIPO			
<a href="#">Burkina Faso</a>			OAPI			
<a href="#">République du Burundi</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République du Cameroun</a>			OAPI			
<a href="#">République de Cabo Verde</a>			Aucune			
<a href="#">République centrafricaine</a>			OAPI			
<a href="#">République du Tchad</a>			OAPI			

<a href="#">Union des Comores</a>			OAPI			
<a href="#">République du Congo</a>			OAPI			
<a href="#">République démocratique du Congo</a>			COMESA			
<a href="#">République de Djibouti</a>			COMESA			
<a href="#">République arabe d'Égypte</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République de Guinée équatoriale</a>			OAPI			
<a href="#">État d'Érythrée</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République fédérale démocratique d'Éthiopie</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République gabonaise</a>			OAPI			
<a href="#">République du Ghana</a>			ARIPO			
<a href="#">République de Guinée</a>			OAPI			
<a href="#">République de Guinée-Bissau</a>			OAPI			
<a href="#">République de Côte d'Ivoire</a>			OAPI			

<a href="#">République du Kenya</a>			ARIPO			
<a href="#">Royaume du Lesotho</a>			ARIPO			
<b>Libéria</b>			ARIPO			
<a href="#">Libye</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République de Madagascar</a>			Aucune			
<a href="#">République du Malawi</a>			ARIPO			
<a href="#">République du Mali</a>			OAPI			
<a href="#">République de Mauritanie</a>			OAPI			
<a href="#">République de Maurice</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République du Mozambique</a>			ARIPO			
<a href="#">République de Namibie</a>			ARIPO			
<a href="#">République du Niger</a>			OAPI			
<a href="#">République fédérale du Nigéria</a>			Obs. ARIPO			
<a href="#">République du Rwanda</a>			ARIPO			
<a href="#">République arabe</a>			Aucune			

<a href="#"><u>Sahraouie démocratique</u></a>						
<a href="#"><u>République démocratique de Sao Tome-et-Principe</u></a>			OAPI			
<a href="#"><u>République du Sénégal</u></a>			OAPI			
<a href="#"><u>République des Seychelles</u></a>			Obs. ARIPO			
<a href="#"><u>République de Sierra Leone</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République somalienne</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République sud-africaine</u></a>			Obs. ARIPO			
<b>République du Soudan</b>			ARIPO			
<a href="#"><u>République du Soudan du Sud</u></a>			Aucune			
<a href="#"><u>Royaume du Swaziland</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République-Unie de Tanzanie</u></a>			ARIPO			
Archipel de Zanzibar			ARIPO			
<a href="#"><u>République de Gambie</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République togolaise</u></a>			OAPI			

<a href="#"><u>République tunisienne</u></a>			Obs. ARIPO			
<a href="#"><u>République de l'Ouganda</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République de Zambie</u></a>			ARIPO			
<a href="#"><u>République du Zimbabwe</u></a>			ARIPO			
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>18</b>				<b>46</b>



## TAXES APPLICABLES À L'ENREGISTREMENT D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AUPRÈS DE

## TITRE VI

## TAXES APPLICABLES À L'ENREGISTREMENT D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES AUPRÈS DE L'OAPI

## 1 – Taxes pour l'obtention de l'enregistrement d'une indication géographique:

a) Dépôt d'une demande d'enregistrement d'une indication géographique	90 000 francs CFA
b) Correction d'erreurs matérielles constatées aux mentions sur les formulaires:	15 000 francs CFA
-Avant publication	20 000 francs CFA
-Après publication	55 000 francs CFA
c) Publication d'une demande d'enregistrement d'indication géographique	30 000 francs CFA
d) Supplément de publication en couleur	

## 2 – Taxes de restauration des droits:

*Faute imputable au déposant	50 000 francs CFA
*Faute imputable au mandataire	100 000 francs CFA
*Publication d'une indication géographique restaurée	15 000 francs CFA

## 3 – Taxes relatives au registre spécial des indications géographiques:

Inscription de tout changement affectant une indication géographique

150 000 francs CFA

## 4 – Taxes de recherches d'antériorité

95 000 francs CFA

## 5 – Taxes pour l'obtention de renseignements:

a) Délivrance d'une copie d'un état d'inscription subsistant sur les indications géographiques données	10 000
	10 000

b) Délivrance d'un certificat d'identité de l'indication géographique déposée	10 000
c) Copie d'une pièce figurant dans les documents d'une indication géographique	70 000
d) Délivrance d'une copie certifiée	
<b>6 – Taxes de recours, par recours</b>	<b>960 000</b>
<b>7 – Taxes de requête en opposition</b>	<b>150 000</b>
<b>8 – Taxes d'extension</b>	
*D'un nouvel État membre vers l'OAPI	60 000
*De l'OAPI vers un nouvel État membre	10 000
*Correction d'erreurs matérielles constatées sur le formulaire d'extension	2 500
<b>9 – Autres taxes</b>	
a) Renonciation en matière d'indication géographique	70 000
b) Changement de mandataire, par indication géographique	90 000

**Acte de Genève de l'Arrangement de Lisbonne sur les appellations d'origine  
et les indications géographiques<sup>5</sup>**

<b>OBJET</b>	<b>AVANT</b>	<b>Article</b>	<b>APRÈS</b>	<b>Article</b>
<b>Composition de l'Union de Lisbonne</b>	L'Union était composée uniquement des États ayant ratifié le précédent arrangement ou y ayant adhéré.	<b>Article 9</b>	L'Union demeure la même pour tous les membres du nouvel Acte, même pour ceux qui n'étaient pas membres du précédent Arrangement.	<b>Article 21</b>
<b>Assemblée de l'Union particulière</b>	Rien sur le vote par consensus	<b>Article 9</b>	Dans la mesure du possible, les décisions sont prises par consensus. En l'absence de consensus, la décision est mise aux voix. Une organisation internationale représente autant de votes qu'elle compte d'États membres.	<b>Article 22.4</b>
<b>Définitions</b>	Seule l'appellation d'origine est définie. Ce doit être une dénomination géographique. Il n'est fait aucune référence à la réputation ni à la notoriété.	<b>Article 2</b>	L'appellation d'origine et l'indication géographique sont toutes deux définies. Elles doivent indiquer un lieu géographique si elles ne reprennent pas la dénomination de ce lieu. Pour l'AO, le critère de notoriété est obligatoire. Pour l'IG, le critère de réputation peut être obligatoire.	<b>Article 2</b>
<b>Contenu de la protection</b>	Les AO sont protégées contre l'usurpation, les traductions et la délocalisation.	<b>Article 3</b>	Il y a une ambition d'harmonisation des cadres juridiques des États membres, ceux-ci étant tenus de prévoir des procédures et des recours. Le contenu de la protection est plus spécifique et comprend des directives sur le principe de spécialité et la relation entre des IG et des marques	<b>Article 11 Article 14</b>

<sup>5</sup> Pour en savoir plus, veuillez consulter la page [www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=15625](http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=15625).

			enregistrées ultérieurement.	
<b>Protection en vertu d'autres instruments</b>	L'Arrangement n'exclut pas les autres protections existant en vertu d'instruments nationaux, régionaux ou internationaux.	<b>Article 4</b>	Les États sont libres de choisir l'instrument approprié sur leur territoire à condition que cet instrument satisfasse aux exigences de protection du nouvel Acte.	<b>Article 10</b>
<b>Enregistrement international</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seule l'autorité compétente peut procéder à l'enregistrement.</li> <li>- Le Bureau international notifie les enregistrements.</li> </ul>	<b>Articles 5, 7 Règles 5 à 17</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enregistrement commun à l'Arrangement de Lisbonne et au nouvel Acte.</li> <li>- Possibilité de demander un enregistrement international sans l'entremise de l'autorité nationale (si la législation le prévoit).</li> <li>- Renvoi au Règlement d'exécution pour le contenu de la demande.</li> <li>- Examen formel par le Bureau international.</li> <li>- Durée de validité de l'enregistrement précisée et nuancée.</li> <li>- L'application de la radiation peut venir des bénéficiaires eux-mêmes.</li> </ul>	<b>Articles 4, 5, 6, 7, 8, 15, 16, 17, 18, 19, 20 Règles 5, 8, 14</b>
<b>Dispositions entièrement nouvelles et articles correspondants</b>				
<b>Dispositions nouvelles</b>		<b>Articles correspondants</b>		
Taxe individuelle.		Article 7		
IG et AO portant sur une aire géographique transfrontalière.		Article 2		
Liberté de choix des instruments de protection.		Articles 9 et 10		

Acceptation des marques antérieures enregistrées de bonne foi. Coexistence de marques antérieures et d'IG postérieures lorsque la législation le prévoit. Droits fondés sur des dénominations de variétés végétales ou de races animales. Garanties en cas de notification de retrait d'un refus ou d'octroi de la protection.	Article 13
Obligation de se doter de procédures destinées à faire respecter les droits et de moyens de recours.	Article 14
Admission d'une organisation intergouvernementale comme partie à l'Acte.	Article 28
Interdiction de faire des réserves.	Article 30

## **POINTS DE NON-CONFORMITE AVEC LES ADPIC**

Normes minimales – Comme indiqué plus haut, les IG sont l'objet de traités multilatéraux que les pays doivent respecter. Certaines législations ne respectent pas les normes minimales prévues par l'Accord sur les ADPIC. Ainsi, la définition s'en écarte en Angola et en Érythrée. Les IG sont protégées uniquement contre la concurrence déloyale, aucune disposition particulière n'apporte une protection supplémentaire aux vins et spiritueux<sup>6</sup>.

Traitement national – En Afrique, [l'Algérie](#), [les Comores](#), [la Guinée équatoriale](#), [l'Éthiopie](#), [le Libéria](#), [Sao Tomé-et-Principe](#) et [le Soudan](#) ne sont pas membres de l'OMC et ne sont donc pas tenus de respecter les normes minimales prévues dans l'Accord sur les ADPIC. Ils n'ont pas non plus à appliquer le traitement national (article 3 de l'Accord sur les ADPIC), qui impose de traiter les opérateurs nationaux et étrangers sur un pied d'égalité. L'Algérie exerce une discrimination sans équivoque entre les demandeurs nationaux et étrangers pour ce qui concerne la protection des indications géographiques<sup>7</sup>. De même, l'Égypte, dans la loi n° 82 de 2002, a conditionné la protection des IG étrangères à l'adhésion de l'État concerné à l'OMC ou à une réciprocité dans la protection des IG. Dans ce contexte, les pays africains qui ne sont pas membres de l'OMC ou qui ne protègent pas d'IG égyptienne ne jouissent d'aucune protection sur le territoire de ce pays.

Relations entre marques et IG – La plupart des pays d'Afrique n'ont pas prévu dans leur législation les dispositions sur la relation entre IG et marques qu'imposent les articles 22.3, 23.2 et 24.5 de l'Accord sur les ADPIC.

L'article 22.3 traite de l'invalidation des marques trompeuses contenant une IG: *«Un Membre refusera ou invalidera, soit d'office si sa législation le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique ou est constituée par une telle indication, pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué, si l'utilisation de cette indication dans la marque de fabrique ou de commerce pour de tels produits dans ce Membre est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine.»*

<sup>1</sup> L'article 23.2 traite de l'invalidation de marques contenant la dénomination d'un vin ou d'un spiritueux alors que ce vin ou ce spiritueux ne provient pas du lieu indiqué: *«L'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des vins qui contient une indication géographique identifiant des vins ou qui est constituée par une telle indication, ou l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des spiritueux qui contient une indication géographique identifiant des spiritueux ou qui est constituée par une telle indication, sera refusé ou invalidé, soit d'office si la législation d'un Membre le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, en ce qui concerne les vins ou les spiritueux qui n'ont pas cette origine.»*

<sup>1</sup> L'article 24.5 propose de tenir compte du fait qu'une marque contenant une IG a été enregistrée de bonne foi, soit avant l'adoption des ADPIC, soit avant la protection de l'IG dans le pays d'origine: *«Dans les cas où une marque de fabrique ou de commerce a été déposée ou enregistrée de*

<sup>6</sup> Dans ce cas, les pays n'ont pas saisi l'occasion de faire respecter une norme de protection plus stricte, pourtant autorisée par l'ADPIC et profitable aux pays africains.

<sup>7</sup> ORDONNANCE N° 76 – 65 DU 16 JUILLET 1976 RELATIVE AUX APPELLATIONS D'ORIGINE, article 6:

*Les appellations d'origine étrangères ne pourront être enregistrées comme telles au sens de la présente ordonnance, que dans le cadre de l'application des conventions internationales auxquelles la République algérienne démocratique et populaire serait partie et, sous réserve de réciprocité, dans les pays membres des dites conventions.*

*bonne foi, ou dans les cas où les droits à une marque de fabrique ou de commerce ont été acquis par un usage de bonne foi:*

*a) avant la date d'application des présentes dispositions dans ce Membre telle qu'elle est définie dans la Partie VI, ou*

*b) avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine, les mesures adoptées pour mettre en œuvre la présente section ne préjugeront pas la recevabilité ou la validité de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce, ou le droit de faire usage d'une marque de fabrique ou de commerce, au motif que cette marque est identique ou similaire à une indication géographique.»*

L'article 22.3 dispose que les marques qui contiennent une référence trompeuse à une IG existante doivent être invalidées. L'article 23.2 traite de l'invalidation de marques contenant la dénomination d'un vin ou d'un spiritueux alors que ce vin ou ce spiritueux ne provient pas du lieu indiqué. Enfin, l'article 24.5 propose que l'on tienne compte, dans la décision d'invalidation d'une marque contenant une IG, du fait que cette marque a été enregistrée de bonne foi, soit avant l'adoption des ADPIC, soit avant la protection de l'IG dans le pays d'origine:

La plupart des IG d'Afrique n'ayant pas encore été enregistrées, cet aspect doit être examiné lorsqu'on statue sur la question de marques antérieures contenant une IG, que cette IG concerne ou non un vin ou un spiritueux.

## ANNEXE 4. LISTE DES EXPERTS ET DES PARTIES PRENANTES AYANT PARTICIPE A LA CONSULTATION ELECTRONIQUE

Structure	Fonction	Nom	Courriel
<b>Niveau international</b>			
IRAM	Expert IG international	Olivier Renard	<a href="mailto:o.renard@iram-fr.org">o.renard@iram-fr.org</a>
REDD	Expert IG international	Pascal Bernardoni	<a href="mailto:pascal.bernardoni@redd.pro">pascal.bernardoni@redd.pro</a>
REDD	Expert IG international	Peter Damary	<a href="mailto:peter.damary@redd.pro">peter.damary@redd.pro</a>
CIRAD	Expert IG international	Didier Chabrol	<a href="mailto:didier.chabrol@cirad.fr">didier.chabrol@cirad.fr</a>
CIRAD	Expert IG international	Claire Cerdan	<a href="mailto:claire.cerdan@cirad.fr">claire.cerdan@cirad.fr</a>
CIRAD	Expert IG international	Delphine Marie-Vivien	<a href="mailto:delphine.marie-vivien@cirad.fr">delphine.marie-vivien@cirad.fr</a>
CIRAD	Expert IG international	Bernard Bridier	<a href="mailto:bernard.bridier@cirad.fr">bernard.bridier@cirad.fr</a>
CIRAD	Expert IG international	Estelle Biénabe	<a href="mailto:estelle.bienabe@cirad.fr">estelle.bienabe@cirad.fr</a>
Montpellier SupAgro	Expert IG international	Stéphane Fournier	<a href="mailto:Stephane.fournier@supagro.fr">Stephane.fournier@supagro.fr</a>
Université de Vienne	Expert IG international	Xiomara Quinones	<a href="mailto:xiomara_fernanda@yahoo.com">xiomara_fernanda@yahoo.com</a>
OriGIn	Expert IG international	Massimo Vittori	<a href="mailto:massimo@origin-gi.com">massimo@origin-gi.com</a>
OriGIn	Expert IG international	Céline Meyer	<a href="mailto:celine@origin-gi.com">celine@origin-gi.com</a>
UE DG-AGRI (DEVCO)		Jules Seitz	<a href="mailto:Jules.SEITZ@ec.europa.eu">Jules.SEITZ@ec.europa.eu</a>
UE DG-AGRI	Chef d'unité ACP et questions relatives au développement	Cristina Miranda Gozavez	<a href="mailto:Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu">Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu</a>
AFD	Coordonnatrice PAMPIG	Aurélie Ahmim-Richard	<a href="mailto:ahmim-richarda@afd.fr">ahmim-richarda@afd.fr</a>
ONUDI	Chargée de programmes	Ebe Muschialli	<a href="mailto:E.MUSCHIALLI@unido.org">E.MUSCHIALLI@unido.org</a>
CNUCED		Stefano Inama	<a href="mailto:Stefano.Inama@unctad.org">Stefano.Inama@unctad.org</a>
CNUCED		Pramila Adeline Crivelli	<a href="mailto:Pramila.Crivelli@unctad.org">Pramila.Crivelli@unctad.org</a>
GRET	Responsable de Programme agriculture et alimentation durables	Martine François	<a href="mailto:francois@gret.org">francois@gret.org</a>



FAO – Siège	Fonctionnaire principale, chef d'équipe liens entre les marchés et chaînes de valeur	Florence Tartanac	<a href="mailto:Florence.Tartanac@fao.org">Florence.Tartanac@fao.org</a>
FAO – Siège	Expert IG	Émilie Vandecandelaere	<a href="mailto:Emilie.Vandecandelaere@fao.org">Emilie.Vandecandelaere@fao.org</a>
FAO – Siège	Coordonnatrice des projets Qualité et origine	Catherine Teyssier	<a href="mailto:catherine.teyssier@fao.org">catherine.teyssier@fao.org</a>
Consultant FAO	Conseillère juridique, spécialiste des IG	Monique Bagal	<a href="mailto:monique.bagal@gmail.com">monique.bagal@gmail.com</a>
ETH	Expert IG	Dominique Barjolle	<a href="mailto:barjolle@ethz.ch">barjolle@ethz.ch</a>
<b>Niveau régional</b>			
UA	Chargée de Politique agricole - Production végétale Département de l'économie rurale et de l'agriculture de la Commission de l'Union africaine	Diana Akullo	<a href="mailto:AkulloD@africa-union.org">AkulloD@africa-union.org</a>
UA	Responsable scientifique principale Département des ressources humaines des sciences et de la technologie Commission de l'Union africaine P.O Box 3242	Monica Ebele Idinoba	<a href="mailto:IdinobaM@africa-union.org">IdinobaM@africa-union.org</a>
Bureau régional de la FAO pour l'Afrique	Spécialiste de la commercialisation et de l'ajout de valeur	Moussa Djagoudi	<a href="mailto:Moussa.Djagoudi@fao.org">Moussa.Djagoudi@fao.org</a>
Bureau régional de la FAO pour l'Afrique	Spécialiste des agro-industries et de l'infrastructure	Dia Sanou	<a href="mailto:Dia.Sanou@fao.org">Dia.Sanou@fao.org</a>
COMESA	Économiste agricole	Mphumuzi Sukati	<a href="mailto:MSukati@comesa.int">MSukati@comesa.int</a>
CEDEAO/ECOWAS	Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation	Emmanuel Gle	<a href="mailto:emmanuelgle@gmail.com">emmanuelgle@gmail.com</a>

	(ARAA) Chef de l'Unité technique de gestion de la réserve régionale de sécurité alimentaire		
CERES	Senior Standards Expert	M. Kalungi Moses	<a href="mailto:kalungi_moses20000@yahoo.com">kalungi_moses20000@yahoo.com</a>
	Ancien fonctionnaire de l'ARIPO	M. Kujo Mcdave	<a href="mailto:mcdaveap@yahoo.com">mcdaveap@yahoo.com</a>
<b>Niveau national</b>			-
<b>Afrique du Sud</b>			
Western Cape Department of agriculture - Agricultural economic services	Director: Business planning and strategy	Dr Dirk Troskie	<a href="mailto:DirkT@elsenburg.com">DirkT@elsenburg.com</a>
<b>Bénin</b>			
PNOPPA	Secrétaire permanent	Toto Bernadin	<a href="mailto:htotober@yahoo.fr">htotober@yahoo.fr</a>
ANAPI	DG / ANAPI	Jean Pierre Akplogan	<a href="mailto:apbalmor@yahoo.fr">apbalmor@yahoo.fr</a>
LADYD	Chercheuse	Anne Floquet	<a href="mailto:Anneb.floquet@gmail.com">Anneb.floquet@gmail.com</a>
INRAB	Chercheur	Christophe Tossou	<a href="mailto:chritossou58@gmail.com">chritossou58@gmail.com</a>
FAO	Représentant de la FAO au Bénin	Tiemoko Yo	<a href="mailto:Tiemoko.Yo@fao.org">Tiemoko.Yo@fao.org</a>
MAEP	Point focal IG- DDP/MAEP	Euloge Videgla	<a href="mailto:vidglaeuloge@yahoo.fr">vidglaeuloge@yahoo.fr</a>
AFDI	Coordonnateur Bénin	Kamilou Ouake Seibou	<a href="mailto:coordo.benintogo@afdi-opa.org">coordo.benintogo@afdi-opa.org</a>
AMAP Les Nouveaux Paysans Bio	Animateur	Edgard Deguenon	<a href="mailto:deguenonedgard@yahoo.fr">deguenonedgard@yahoo.fr</a>
PROCAD	C/PPAO	Virginie Assogba- Miguel	<a href="mailto:Virginiemiguel3@gmail.com">Virginiemiguel3@gmail.com</a>
Représentant de la délégation de l'UE	Chef de section agriculture durable	Joël Neubert	<a href="mailto:Joel.NEUBERT@eeas.europa.eu">Joel.NEUBERT@eeas.europa.eu</a>
DAC/FSA	Chercheur	Laurent Adinsi	<a href="mailto:Adinsil2003@yahoo.fr">Adinsil2003@yahoo.fr</a>
<b>Burkina Faso</b>			
Fédération nationale des organisations paysannes (FENOP)	Coordonnateur des programmes	Issouf Sanou	<a href="mailto:sissoufou1@yahoo.fr">sissoufou1@yahoo.fr</a>

<b>Cameroun</b>			
	Consultant agriculture et développement rural	Jean-Noël Benelesse Meleng	<a href="mailto:jbenelesse@yahoo.fr">jbenelesse@yahoo.fr</a>
ASSOCIATION IG POIVRE DE PENJA	Animateur / Formateur / Inspecteur	Emmanuel Nzenowo	<a href="mailto:nzenowo@yahoo.fr">nzenowo@yahoo.fr</a>
ASSOCIATION IG POIVRE DE PENJA	Président du Groupement des producteurs de poivre blanc	Elogo René Metomo	<a href="mailto:metomorc@yahoo.fr">metomorc@yahoo.fr</a>
AGRO-PME		Gabriel Tchuianga	<a href="mailto:gtchuianga@yahoo.fr">gtchuianga@yahoo.fr</a>
AGRO-PME	Directeur	Norbert Monkam	agpme2002@yahoo.fr agpme@agro-pme.net
Ministère de l'Agriculture et du Développement rural	Point focal national des indications géographiques protégées	Petit Albert Bernard Messa	<a href="mailto:pabmessa@yahoo.fr">pabmessa@yahoo.fr</a>
Organisme national du café et du cacao	Conseiller technique ONCC	Pierre Etoa Abena	<a href="mailto:pierreetoa@yahoo.fr">pierreetoa@yahoo.fr</a>
Guiding Hope, ONG		ONG NTAP Marthe Judith	<a href="mailto:secretariatguidinghope@yahoo.fr">secretariatguidinghope@yahoo.fr</a>
<b>Comores</b>			
Ministère de la Production, de l'Environnement, de l'Énergie, de l'Industrie et de l'Artisanat		Issouf Ambadi	<a href="mailto:ambadi_issouf@yahoo.fr">ambadi_issouf@yahoo.fr</a>
<b>Côte d'Ivoire</b>			
Université Nangui Abrogoua / Centre Suisse de Recherches Scientifiques en Côte d'Ivoire (CSRS)	Maître-assistant / Chercheur Technologie alimentaire, Nutrition, Analyse sensorielle	Charlemagne Nindjin	charlemagne.nindjin@yahoo.fr charlemagne.nindjin1@csrs.ci
Office ivoirien de la propriété intellectuelle (OIPi)	Coordonnateur des services techniques	Kouame Alexis Kouabran	kwabran@yahoo.fr
Ministère de l'Agriculture	Directeur des aménagements ruraux et de la modernisation des exploitations	Sekongo Nandou	<a href="mailto:sekongonandou@yahoo.fr">sekongonandou@yahoo.fr</a>

<b>Éthiopie</b>			
	Intellectual Property Consultant & Attorney	Getachew Mengistie Alemu	<a href="mailto:getachewal@gmail.com">getachewal@gmail.com</a>
International Creativity and Innovation Development Support Services (ICIDSS)		Dr. Wondwossen Belete	<a href="mailto:wondwossenbel@yahoo.com">wondwossenbel@yahoo.com</a> / <a href="mailto:atps;ethiopia@atpsnet.org">atps;ethiopia@atpsnet.org</a>
		Abenet Bekele	<a href="mailto:Abenet.Bekele@ecx.com.et">Abenet.Bekele@ecx.com.et</a>
<b>Ghana</b>			
COCOBOD	District Director, extensionist	Ignatius Pumpuni	<a href="mailto:ignatiuspumpuni@gmail.com">ignatiuspumpuni@gmail.com</a>
Ministère du Commerce et de l'Industrie	Consultant	Anum Samuel	<a href="mailto:anumquansah@yahoo.com">anumquansah@yahoo.com</a>
Ministère de la Justice	Deputy registrar general	Ohene Obeng Kwandwo	<a href="mailto:graceissahaque@hotmail.com">graceissahaque@hotmail.com</a>
<b>Guinée</b>			-
Indépendant, ancien responsable IG à l'OAPI		Cécé Kpohomou	<a href="mailto:hkaamon@yahoo.fr">hkaamon@yahoo.fr</a>
Institut de recherche agronomique de Guinée		Aboubacar Camara	<a href="mailto:aboubacar.camara@cirad.fr">aboubacar.camara@cirad.fr</a>
	Responsable coopérative du café Ziamia	Sidiki Camara	<a href="mailto:borokmara@yahoo.fr">borokmara@yahoo.fr</a>
		Marie Antoinette Haba	<a href="mailto:antouhaba@yahoo.fr">antouhaba@yahoo.fr</a>
Directeur général de la propriété intellectuelle		Billo Bah Mamadou	<a href="mailto:billoafiya@yahoo.fr">billoafiya@yahoo.fr</a>
	Directeur exécutif MGE/AFC	Kerfala Camara	<a href="mailto:kerfcam@yahoo.fr">kerfcam@yahoo.fr</a>
<b>Guinée-Bissau</b>			
Directeur de service de marques / Secrétaire du Comité Suivi-IG		Inacio A. Junior da Silva	<a href="mailto:inansiju@hotmail.com">inansiju@hotmail.com</a>
<b>Guinée équatoriale</b>			
	Directeur du service de coopération CICTE/OAPI	Mengue Mekemeza	<a href="mailto:snmmekemeza@yahoo.fr">snmmekemeza@yahoo.fr</a>

<b>Kenya</b>			
KIPI	Senior Officer	Mboi Misati	<a href="mailto:misati.mboi@yahoo.com">misati.mboi@yahoo.com</a>
Coffee Board Kenya	Coffee Board Official	Bernard Gichovi	<a href="mailto:bengichovi@gmail.com">bengichovi@gmail.com</a>
<b>Mozambique</b>			
Industrial Research Institute	Directeur général	Jose Joaquim Meque	<a href="mailto:josse.meque@ipi.gov.mz">josse.meque@ipi.gov.mz</a>
Industrial Research Institute	Officer	Rafael Emidio	<a href="mailto:emidio.rafael@ipi.gov.mz">emidio.rafael@ipi.gov.mz</a>
<b>Niger</b>			-
ARMFD II (Programme augmentation des revenus monétaires des femmes de Dosso, Phase II)	Assistant technique national, Chargé des filières	Hima Hama	<a href="mailto:hima1@yahoo.fr">hima1@yahoo.fr</a>
	Chargé du suivi du projet des IG – Point focal national	M. Abdou	<a href="mailto:ous_ab@yahoo.fr">ous_ab@yahoo.fr</a>
Réseau des Chambres d'agriculture	Assistant technique PECEA	Patrick Delmas	<a href="mailto:delmas.reca.cowiram@gmail.com">delmas.reca.cowiram@gmail.com</a>
<b>Uganda</b>			
Ojok Advocates	Barrister (Facilitator)	Julius Ojok	<a href="mailto:juliusojok@yahoo.co.uk">juliusojok@yahoo.co.uk</a>
<b>Rwanda</b>			
Japan International Cooperation Agency (JICA) Inzosi Nziza (ONG)		Samuel Sangwa	<a href="mailto:samuelmuteba@yahoo.fr">samuelmuteba@yahoo.fr</a>
<b>Sénégal</b>			
Ministère du Commerce	Conseiller technique	Magatte N'Doye	<a href="mailto:magatendoye@gmail.com">magatendoye@gmail.com</a>
Cabinet Économie Territoires et Développement Services (ETDS)	Dirigeant	Pape-Tahirou Kanoute	<a href="mailto:tahiroukanoute@hotmail.com">tahiroukanoute@hotmail.com</a>
Université Assane Seck de Ziguinchor / Département Agroforesterie	Enseignant chercheur, chef du département Agroforesterie	Dr Daouda Ngom	<a href="mailto:daouda.ngom@univ-zig.sn">daouda.ngom@univ-zig.sn</a> <a href="mailto:ngom_daouda@yahoo.fr">ngom_daouda@yahoo.fr</a>

Association Plus value Culture	Enseignante-chercheuse à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD)	Pr Salimata Wade	<a href="mailto:saly.wade@gmail.com">saly.wade@gmail.com</a>
ASPIT (Agence sénégalaise pour la propriété intellectuelle et l'innovation technologique)		Talla Samb	<a href="mailto:tallasamb1@yahoo.fr">tallasamb1@yahoo.fr</a>
<b>Tchad</b>			
Projet d'appui à la production agricole au Tchad (PAPAT)	Coordonnateur régional	Mahamat Sorto	<a href="mailto:sortoma@yahoo.fr">sortoma@yahoo.fr</a>
<b>Togo</b>			
Qualité Afrique	Directrice	Adzowa Leontine Gle	<a href="mailto:dofenyo102@yahoo.fr">dofenyo102@yahoo.fr</a>
Université de Lome	Professeur	Egnonto Koffi Tessio	<a href="mailto:emtessio@yahoo.fr">emtessio@yahoo.fr</a>
Université de Lome	Maître de conférences	Yves Sokemawu	<a href="mailto:yves.soke@yahoo.fr">yves.soke@yahoo.fr</a>
ONG AGIR	Directeur exécutif	Kanatomgnanafal a Teteyaba	<a href="mailto:reneteteyaba@yahoo.fr">reneteteyaba@yahoo.fr</a>
<b>Tunisie</b>			
Ministère de l'Agriculture		Dorsaf Benahmed	<a href="mailto:dorsaf.bahmed@gmail.com">dorsaf.bahmed@gmail.com</a>
Ministère de l'Agriculture	Technicien supérieur en horticulture Département des fruits Sous-Administration de l'Horticulture	Souad Boudhraa	<a href="mailto:souadboudhraa@gmail.com">souadboudhraa@gmail.com</a>
<b>Zimbabwe</b>			
Chinhoyi University of Technology, School of agricultural sciences and technology		Kudakwashe Chitindingu	<a href="mailto:kchitindingu@gmail.com">kchitindingu@gmail.com</a>

## ANNEXE 5: ATELIER DE VALIDATION

31 MAI, 1<sup>ER</sup> ET 2 JUIN 2016 – COTONOU (BÉNIN)

### RAPPORT DE L'ATELIER ET LISTE DES PARTICIPANTS

#### **Contexte: pourquoi une stratégie continentale pour les indications géographiques en Afrique?**

Le continent africain est doté de riches ressources naturelles et d'une diversité bioculturelle qui représentent autant d'atouts à préserver et promouvoir, en particulier dans un contexte de changement climatique et d'insécurité alimentaire persistante.

Les IG se réfèrent à des produits ayant des caractéristiques ou qualités spécifiques, ou une réputation résultant essentiellement de leur origine géographique. Cette différenciation peut être attribuée uniquement à des caractéristiques locales du produit, son histoire ou ses caractéristiques distinctives liées à des facteurs naturels ou humains, tels que le sol, le climat, le savoir-faire local et les traditions.

Les IG peuvent être utilisées comme un outil pour le développement durable et rural, en raison de leur approche de développement localement adaptable et multiforme, combinant une dimension de marché (en relation avec les droits de propriété intellectuelle) avec des liens aux biens publics (le patrimoine, la diversité alimentaire, le savoir-faire local et les ressources génétiques locales, etc.).

Les IG pour les produits alimentaires et non alimentaires représentent une solution pour préserver les produits traditionnels dans les marchés locaux, et aussi mieux positionner les produits d'exportation de l'Afrique sur les marchés internationaux. Elles peuvent être un outil de création de revenus pour les agriculteurs et les opérateurs économiques et, par conséquent, les aider à faire face aux défis d'intégration de leurs produits sur le marché mondial en périodes de soudure et pour faire face à l'insécurité alimentaire.

La Commission de l'Union africaine, en collaboration avec les Communautés économiques régionales (CER) et appuyée par les partenaires au niveau international (FAO, UE), a reconnu l'importance et la nécessité d'une stratégie continentale sur les IG, comme un moyen de contribuer aux différents agendas et programmes pour l'Afrique, en relation avec le développement agricole, en particulier pour les objectifs de développement durable des Nations Unies. La stratégie africaine pour les IG contribuera aussi certainement à la mise en œuvre du programme détaillé de développement de l'agriculture africaine (PDDAA) et de la Déclaration de Malabo approuvée par l'Assemblée de l'Union africaine. Les Aspirations de l'Agenda 2063, adoptée par la vingt-quatrième assemblée de l'Union africaine en 2015 comme un plan continental pour les cinquante prochaines années, représentent une orientation d'inspiration pour la stratégie IG africaine, afin d'assurer la transformation et le développement durable du continent africain pour les générations futures.

Le projet de stratégie pour les IG en Afrique est un travail en cours. Il comprend un cadre politique, ainsi que quelques premiers résultats et activités pour servir de base à un plan d'action plus détaillé. À la fin du processus, le document final «Une stratégie continentale pour les indications géographiques en Afrique» qui sera approuvé par la Commission de l'Union africaine comportera le contexte, le cadre politique et le plan d'action pour le développement des indications géographiques en Afrique.

## Les objectifs de l'atelier

Cet atelier technique a été organisé conjointement par l'Union africaine et la FAO, avec le soutien de l'Union européenne et l'organisation technique du GRET et de la Plateforme nationale des organisations paysannes et des producteurs agricoles (PNOPPA), à Cotonou (Bénin), les 31 mai, 1<sup>er</sup> et 2 juin, afin de valider cette stratégie au niveau technique avant son approbation politique par l'Union Africaine. Cet atelier de Cotonou a été l'occasion d'initier la formulation d'un Plan d'action 2017-2022 sur les IG, qui sera discuté pour être porté par l'Union africaine.

L'atelier s'est déroulé en 3 temps:

- une première journée de sessions en plénière pour discuter le contenu de la stratégie, consolidée à l'issue de la consultation électronique, tout particulièrement le cadre politique présenté dans la partie 3;
- une deuxième journée dédiée à des ateliers de réflexion sur des thèmes précis pour alimenter le projet de Plan d'action;
- le troisième jour, une visite de terrain a été organisée dans la zone de production de l'ananas pain de sucre pour lequel une démarche IG est en cours.

## Les participants à l'atelier

Il s'agit d'experts du développement des IG dans les pays de l'UA.

Ces experts ont une excellente expertise des IG comme un outil de développement rural et durable et comme un outil de protection, et une bonne connaissance des problématiques associées aux IG, qu'elles soient protégées comme IG *sui generis* ou comme marque dans leur pays.

Ces experts sont des représentants des différentes parties prenantes, aux niveaux national, régional et international:

- producteurs et représentants;
- autres acteurs privés des chaînes de valeur IG: transformateurs, distributeurs, certificateurs;
- ONG;
- centres de recherche et universités;
- services de vulgarisation;
- représentants des institutions des États membres de l'UA;



- OAPI et ARIPO;
- représentants des CER;
- organisations internationales: FAO, UE.

## **Le contenu de la stratégie et la vision africaine des indications géographiques (IG)**

La première journée de discussion en plénière a permis de soulever les points cruciaux dans la définition de la stratégie:

1. sur le plan de la propriété intellectuelle, il est nécessaire de reconnaître le rôle:
  - de l'OAPI et l'ARIPO, les deux organisations régionales de propriété intellectuelle, et de les intégrer dans le processus de formulation de la stratégie et du Plan d'action;
  - du PIPO (Panafrican Intellectual Property Organisation) dans le Plan d'action et d'explicitier son articulation avec les organisations existantes;
2. l'importance de contextualiser les facteurs de succès et de partager une vision africaine des IG:
  - produits IG destinés au marché international ou intra-africain, qui ont d'autres caractéristiques que les produits IG vendus sur les marchés locaux et régionaux;
  - produits IG transfrontaliers qui, en raison de leur lien avec une grande communauté ou spécifique d'une zone naturelle, peuvent se retrouver dans différents pays africains (des écosystèmes ou groupes socioculturels s'étendent couramment sur plusieurs pays);
  - un grand nombre de produits traditionnels (liés aux variétés et races locales, les méthodes de production traditionnelles, des recettes traditionnelles, etc.) avec des marchés très localisés (faible volume d'excédent de production), étroitement liés à des groupes ethniques ou culturels qui sont maintenant dispersés sur de vastes zones (sans un lien étroit avec le territoire);
  - des systèmes agricoles traditionnels spécifiques liés à des écosystèmes particuliers (pastoralisme, oasis, agroforesterie, etc.);
3. l'importance de mettre en œuvre les recommandations suivantes:
  - sensibiliser les différentes parties prenantes dans les pays africains (les acteurs économiques, les pouvoirs publics, les consommateurs);
  - renforcer leurs capacités et encourager les acteurs publics à promouvoir des processus IG comme un outil pour le développement rural durable (politiques de protection et d'appui) en intégrant ces sujets dans les politiques nationales;

- soutenir la recherche et développement spécifique qui combine l'innovation-produit et du marché avec le maintien de la spécificité et de l'identité du produit;
- mettre en œuvre des projets de développement des IG pour répondre aux problèmes généraux de développement des IG à travers des projets pilotes;
- mettre en œuvre des mécanismes de consultation/négociation, entre les différents acteurs impliqués dans le processus IG (y compris les producteurs, les représentants de l'État et des autorités locales et les acheteurs/exportateurs) pour construire un compromis acceptable pour tous;

#### 4. sur le plan légal et institutionnel:

- les capacités de tous les acteurs doivent être renforcées;
- les États africains devraient assurer la disponibilité des deux principaux outils de protection des indications géographiques, à savoir le système *sui generis* et une loi sur les marques, dont les marques de certification;
- l'adhésion aux registres internationaux existants (Madrid, Genève) et d'autres alternatives intéressantes pour la protection internationale des noms africains (APE) devrait être intégrée dans la stratégie de protection des noms africains à l'étranger.

## Compte rendu des ateliers thématiques

Quatre ateliers thématiques ont été organisés afin de faire des propositions pour alimenter le Plan d'action:

- Atelier 1: Mise en œuvre des IG: identification du produit, définition du cahier des charges et enregistrement
- Atelier 2: Les liens avec le marché: les méthodes de certification et les outils de marketing
- Atelier 3: La gouvernance du processus IG
- Atelier 4: Vers une base juridique et institutionnel commun?

### Atelier 1: Mise en œuvre des IG : Identification des produits, définition du cahier des charges et enregistrement

- Présentation introductive: Sidiki Camara, responsable de la coopérative Café Ziama (Guinée)
- Animation et synthèse: Tahirou Kanoute, Cabinet ETDS, Emmanuel Glé, ECOWAS

Le cas de la datte Deglet Nour de Tunisie a également servi d'exemple pour élaborer des recommandations.

Leçons tirées:

- veiller au renforcement des capacités des organisations de producteurs (OP) pour la gestion de l'IG;
- mobiliser les structures de recherche pour la mise au point du cahier des charges;
- impliquer les acteurs étatiques et le secteur privé (entreprises exportatrices, etc.);
- les OP doivent être organisées et impliquées;
- définir le rôle de chaque acteur pour éviter les conflits;
- ne pas oublier que les IG ont un long processus (dix ans pour le café Ziama car le travail sur la qualité du café avait commencé avant l'intervention du PAMPIG qui a été décisive pour conclure);
- bien définir le rôle de chaque acteur pour éviter les conflits et les doublons;
- prendre en compte le fait que les acteurs sont déjà organisés pour envisager la complémentarité avec d'autres signes de qualité: équitable et bio pour le café Ziama;
- ne pas oublier le contrôle, par exemple pour le café Ziama, il y a plusieurs niveaux: autocontrôles au niveau du producteur, groupe de contrôles pour évaluer la qualité du café, certification par organisme tiers;
- utiliser l'outil FAO pour l'identification des produits;
- pour le café Ziama s'intéresser à la torréfaction, c'est-à-dire garder au niveau local la valeur ajoutée à cette étape pour une partie du café commercialisé.

**Atelier 2 : Approche du marché : certification et outils marketing**

- Présentation introductive: Edgar Déguénon, Coordinateur de l'AMAP Bénin «Les Nouveaux Paysans Bio» utilisant un dispositif de certification participative
- Animation et synthèse: Kalungi Moses, expert en labels et Dominique Barjolle, ETH Zurich

Les obstacles pour la certification

- Le coût peut être important si on opte pour la certification par tiers, surtout s'il s'agit de vendre sur les marchés locaux et si le produit n'est pas d'un prix élevé au kg (différence entre poivre ou café et légumes), et également si la différence entre le produit et son équivalent «hors IG» n'est pas ou peu perceptible par le consommateur.

Dans ces situations, le premium perçu grâce à l'IG ne finance pas toujours le contrôle par un organisme tiers.

Certains maillons (notamment collecteurs dans le cas du café Ziama ou des légumes) peuvent aussi se positionner contre la démarche IG s'ils n'y retrouvent pas leur intérêt.

Une difficulté est que les systèmes participatifs de garantie (SPG) ne sont pas reconnus partout. Ils ne sont pas reconnus par les lois dans les pays d'exportation ou même dans les pays de production. Faute de cette reconnaissance, la démarche reste informelle. Les experts recommandent d'introduire la reconnaissance des SPG dans les lois des pays africains particulièrement intéressés par ce système. Ce n'est pas impossible. Plusieurs pays ou régions ont reconnu les SPG dans leurs textes sur l'agriculture biologique à l'image de l'État de Santa Catarina au Brésil ou de la Commission de l'Afrique de l'Est.

Les solutions apportées par le système SPG

- Moindre coût (monétaire) de la certification (11 euros pour 6 mois par producteur sur le bio au Bénin). Le coût en implication des producteurs et acteurs de la filière est, lui, plus élevé.
- La certification par groupe (cf. référence IFOAM pour l'agriculture biologique) est un intermédiaire qui devrait aussi être reconnu.
- Faire supporter le coût de la certification par les producteurs mais pas seulement (rôle de l'interprofession).
- Lorsque la certification IG n'apporte pas assez de plus-value pour financer le contrôle, envisager d'autres signes de qualité en complément : bio, équitable, Rainforest Alliance, ou autre standard volontaire de durabilité.
- L'interprofession peut être un lieu permettant un calcul transparent des marges et établir des clés de répartition.
- Ne pas oublier des outils plus simples telles les marques collectives, on peut ensuite arriver progressivement jusqu'à une IG (exemple du Riz Bora Malé).
- Nécessité de faire des SPG pilotes, avec des cas originaux : par exemple IG sur les marchés locaux, IG transfrontalières, etc.

La question reste posée des moyens financiers pour faire ces pilotes au niveau de l'UA.

Un mouvement pour donner la crédibilité au système de garantie participative pour les IG, à l'image du rôle que joue l'IFOAM pour l'agriculture biologique reste à repérer ou à créer. PiPo pourrait jouer ce rôle, et pourrait endosser le rôle de l'accréditation des organismes de certification tiers pour les IG.

### **Atelier 3: Gouvernance du système des IG pour l'action collective impliquant tous les acteurs, particulièrement les femmes, les jeunes et les petits producteurs**

- Présentation introductive: Emmanuel Nzenowo, IG Poivre de Penja
- Animation et synthèse: Didier Chabrol, CIRAD and Bernadin Toto, PNOPPA

Le groupe a souligné l'importance de tirer les leçons des expériences en cours. La FAO peut jouer un rôle dans ce sens, à l'image de l'action entreprise avec le poivre de Penja (capitalisation par un stagiaire mis à disposition de l'organisation IG sur le terrain)

- Au-delà des cadres juridiques différents, promouvoir la méthode décrite dans la stratégie
- Favoriser l'échange d'expériences (Nord-Sud et Sud-Sud).

- Rôle des autorités publiques à préciser à chaque niveau y compris les différentes formes de contrôle. L'État devrait être initiateur (par exemple réalisation d'inventaires), apporter un soutien financier aux organisations IG au départ de leur fonctionnement, prévoir un support technique notamment au travers de l'implication de la recherche, avoir un rôle dans le combat contre usurpations et fraudes.
- Prévoir des instances nationales de coordination avec un mandat défini et des moyens de fonctionnement (à l'image des CNIG de l'OAPI).
- Impliquer les acteurs privés (plateformes avec l'ensemble des parties concernées, montrer les avantages économiques que peuvent tirer chacun des acteurs).
- Des ressources financières sont nécessaires:
  - une IG durable doit être autonome à terme mais l'appui est nécessaire au départ;
  - plaider pour que chaque État consacre une ligne aux IG (dans le cadre des plans agricoles);
  - possibilité que les bailleurs identifient et publient les projets qui concernent les IG;
  - soutenir des recherches pour améliorer la qualité et assurer la durabilité (climat);
  - intégrer les IG dans les cursus universitaires (agricoles et propriété intellectuelle);
  - développer une stratégie générale de communication (décideurs, autorités juridiques, journalistes, producteurs et acteurs directs, consommateurs, etc.);
  - renforcement des capacités d'un réseau d'experts sur les IG par la formation et l'information.

#### **Atelier 4: Vers un cadre juridique commun en Afrique?**

- Présentation introductive: L'exemple de l'Afrique du Sud, Dirk Troskie
- Animation et synthèse: Monique Bagal, Juriste et consultante sur les IG et Maître Julius Ojok, Avocat (Ouganda)

#### Les principales conclusions de l'atelier sont les suivantes

- Plusieurs pays ne sont pas en accord avec ce qui est prévu par les ADPIC, ou n'en font pas partie. Encourager ces derniers à conformer leurs législations ou à devenir membre de la Convention de Paris et des ADPIC en particulier ceux n'ayant pas de cadre légal pour les IG.

- Encourager les États à développer des systèmes de protection efficaces (avec toutes les options) et adaptés à la problématique des IG – notamment attirer l’attention sur les risques qu’il y a à désigner une personne individuelle comme titulaire de l’IG.
- Développer une loi-type au niveau continental-africain qui comprendrait le minimum à prévoir nationalement. Cette loi ouvrirait la possibilité de protéger aussi des appellations d’origine.
- Informer, sensibiliser les usagers aux options de protection des IG, leurs atouts et leurs limites.
- Explorer l’opportunité d’inclure la protection des IG dans les APE.
- Sensibiliser les États membres de l’ARIPO ou de l’OAPI et ayant une législation IG à mettre en œuvre les IG.
- Développer un réseau d’experts des IG au niveau juridique en Afrique par exemple via des forums sur la propriété intellectuelle et les IG. Ces forums doivent impliquer plusieurs acteurs liés au développement des IG dont les autorités publiques (Ministère de l’agriculture, Office de la propriété intellectuelle). Réfléchir à un moyen d’impliquer les organisations de producteurs dans le processus? On peut citer l’exemple de la PNOPPA qui s’implique dans le développement des IG comme outil de développement rural, particulièrement pour les petits producteurs.
- Développer un site web avec toutes les lois et politiques.
- Informer sur l’existence du mécanisme IG et développer des projets pilotes pour rendre cette information plus concrète.
- Développer une stratégie sur les IG transnationales, au besoin, au moyen d’accords bilatéraux entre pays dans un premier temps.

## **Synthèse et propositions pour les résultats prévus dans la stratégie**

Cette synthèse s’appuie sur les comptes rendus des ateliers thématiques et propose de compléter les résultats prévus par la stratégie de l’Union africaine.

### Résultat 1: une vision africaine des IG

- Renforcer l’importance du rôle particulier des SPG pour les marchés locaux.
- Avoir un inventaire des IG potentielles par pays (avec le soutien des ministères, de l’agriculture, du commerce, de l’industrie, ect.).
- Distinguer IG pour l’export, IG pour le marché local avec des modalités d’appui spécifiques.

- Nécessité d'appui aux initiatives par des financements publics ou privés.
- Les IG nécessitent du temps (dix ans pour le café Ziama Macenta entre les premières actions sur la qualité et la reconnaissance de l'IG).
- Rôle essentiel des plateformes multiacteurs et/ou interprofessions.

#### Résultat 2: cadre juridique et institutionnel

- Disponibilité des options de protection à prévoir;
- Répression des fraudes à prévoir y compris au moyen des registres internationaux existants;
- Fichier commun avec l'ensemble des produits sous IG sur le continent;
- Mettre en place et renforcer des cadres pour les IG transfrontalières;
- Nécessité de pilotes pour alimenter la réflexion sur le cadre juridique;
- Inclure les SPG et certification par groupe dans le cadre juridique au niveau national et régional.

#### Résultat 3: pilotes

- Engager des expériences pilotes variées pour appréhender différentes problématiques: export, produits locaux, produits portant sur plusieurs pays, etc.
- S'inspirer au maximum d'expériences existantes
- Échanger les expériences avec les produits bio (similarités), échanges Nord-Sud, Sud-Sud
- Tirer les leçons des expériences pilotes et les transmettre (rôle de la FAO, etc.)

#### Résultat 4: accès au marché

- Investir sur les marchés locaux en faisant le lien avec la certification SPG
- Intégrer la certification par groupes
- Avoir différentes étapes pour aller vers l'IG en passant éventuellement par des marques collectives
- Renforcer le rôle de l'organisation IG (ou interprofession IG) pour la négociation transparente des marges

- Prendre en compte les autres certifications (bio, équitable, à l'image du café Ziama)

Résultat 5: recherche et formation

- Intégrer les IG dans les cursus de formation sur l'agriculture et la propriété intellectuelle
- Réaliser des études d'impact
- Impliquer la recherche dans toutes les étapes, particulièrement dans la rédaction des cahiers des charges

Résultat 6: sensibilisation des acteurs y compris les consommateurs

- Sensibilisation de tous les acteurs, y compris publicité générique pour les consommateurs
- Relier le tourisme aux IG



## **Conclusion et perspectives**

La stratégie discutée par les différents experts (par consultation électronique), puis lors de cet atelier de validation mené lors du séminaire de Cotonou est un document robuste qui va maintenant être modifié et complété sur la base des éléments détaillés précédemment.

La stratégie sera ensuite diffusée aux participants de l'atelier et plus largement aux réseaux africains établis grâce à la consultation électronique.

Elle sera également soumise officiellement à l'ARIPO et à l'OAPI pour obtenir leur collaboration, ainsi qu'aux États membres de l'Union africaine.

Le plan de travail adossé à cette stratégie sera précisé en tenant compte des travaux du séminaire de Cotonou. Il fera l'objet d'une consultation électronique et d'une validation technique lors d'un atelier, qui devrait être organisé d'ici à la fin de l'année par l'Union africaine.

Le document de stratégie et son plan de travail seront ensuite officiellement adoptés par l'Union africaine, afin que des moyens puissent être recherchés et mobilisés pour mettre en œuvre la stratégie et son plan d'action, en particulier les projets pilotes.

Structure	Fonction	Nom	Adresse électronique
<b>International</b>			
CIRAD	Researcher, GI expert	Didier Chabrol	<a href="mailto:didier.chabrol@cirad.fr">didier.chabrol@cirad.fr</a>
EC-DGAGRI	Head of Unit ACP and Development Issues	Cristina Miranda Gozalvez	<a href="mailto:Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu">Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu</a>
GRET	Responsable de Programme agriculture et alimentation durables	Martine François	<a href="mailto:francois@gret.org">francois@gret.org</a>
FAO (Siège)	Senior officer, market linkages and value chains team leader	Florence Tartanac	<a href="mailto:Florence.Tartanac@fao.org">Florence.Tartanac@fao.org</a>
FAO (Siège)	Quality and Origin project coordinator	Catherine Teyssier	<a href="mailto:catherine.teyssier@fao.org">catherine.teyssier@fao.org</a>
FAO, consultant	Legal advisor, GIs specialist	Monique Bagal	<a href="mailto:monique.bagal@gmail.com">monique.bagal@gmail.com</a>
ETH	Researcher, GI expert	Dominique Barjolle	<a href="mailto:barjolle@ethz.ch">barjolle@ethz.ch</a>
<b>Régionale</b>			
African Union Commission	Policy Officer - Crop Production Rural Economy and Agriculture Department	Diana Akullo	<a href="mailto:AkulloD@africa-union.org">AkulloD@africa-union.org</a>
African Union Commission	Office of AUC Legal Counsel	Koat Aleer	<a href="mailto:AleerK@africa-union.org">AleerK@africa-union.org</a>
African Union Commission	Principal Scientific Officer Human Resources Science and Technology Department	Monica Ebele Idinoba	<a href="mailto:IdinobaM@africa-union.org">IdinobaM@africa-union.org</a>
CEDEAO/ECOWAS	Agence régionale pour l'agriculture et l'alimentation (ARAA) Chef de l'Unité technique de gestion de la réserve régionale de sécurité alimentaire	Emmanuel Gle	<a href="mailto:emmanuelgle@gmail.com">emmanuelgle@gmail.com</a>
COMESA	Agricultural Economist	Mphumuzi Sukati	<a href="mailto:MSukati@comesa.int">MSukati@comesa.int</a>

Certification of Environmental Standards	Senior Standards Expert	Kalungi Moses	<a href="mailto:kalungi_moses20000@yahoo.com">kalungi_moses20000@yahoo.com</a>
	Former ARIPO officer	Kujo McDave	<a href="mailto:mcdaveap@yahoo.com">mcdaveap@yahoo.com</a>
<b>Nationale</b>			
<b>Afrique du Sud</b>			
Western Cape Department of Agriculture - Agricultural Economic Services	Director: Business Planning and Strategy	Dirk Troskie	<a href="mailto:DirkT@elsenburg.com">DirkT@elsenburg.com</a>
<b>Bénin</b>			
PNOPPA	Secrétaire permanent	Toto Bernadin	<a href="mailto:htotober@yahoo.fr">htotober@yahoo.fr</a>
ANAPI	DG / ANAPI	Jean Pierra Akplogan	<a href="mailto:apbalmor@yahoo.fr">apbalmor@yahoo.fr</a>
LADYD	Chercheur	Anne Floquet	<a href="mailto:Anneb.floquet@gmail.com">Anneb.floquet@gmail.com</a>
INRAB	Chercheur	Christophe Tossou	<a href="mailto:chritossou58@gmail.com">chritossou58@gmail.com</a>
FAO	FAO representative in Benin	Tiemoko Yo	<a href="mailto:Tiemoko.Yo@fao.org">Tiemoko.Yo@fao.org</a>
MAEP	Point Focal IG-DDP/MAEP	Euloge VIDEGLA	<a href="mailto:vidglaeuloge@yahoo.fr">vidglaeuloge@yahoo.fr</a>
AFDI	coordonnateur Bénin	Kamilou Ouake Seibou	<a href="mailto:coordo.benintogo@afdi-opa.org">coordo.benintogo@afdi-opa.org</a>
Ambassadeur Délégation Union Européenne	Ambassadeur	Josep Coll	<a href="mailto:delegation-benin@eeas.europa.eu">delegation-benin@eeas.europa.eu</a>
AMAP Les Nouveaux Paysans Bio	Animateur	Edgard Deguenon	<a href="mailto:deguenonedgard@yahoo.fr">deguenonedgard@yahoo.fr</a>
UE, représentant de délégation	chef de section agriculture durable	Joël Neubert	<a href="mailto:Joel.NEUBERT@eeas.europa.eu">Joel.NEUBERT@eeas.europa.eu</a>
<b>Cameroun</b>			
Association IG poivre de penja	Animateur / Formateur / Inspecteur	Nzenowo Emmanuel	<a href="mailto:nzenowo@yahoo.fr">nzenowo@yahoo.fr</a>
Ministère de l'agriculture et du développement rural	Point focal national des indications géographiques protégées	Petit Albert Bernard Messa	<a href="mailto:pabmessa@yahoo.fr">pabmessa@yahoo.fr</a>

<b>Côte d'Ivoire</b>			
University Nangui Abrogoua- Côte d'Ivoire / Swiss Centre of Scientific Researches (CSRS) in Côte d'Ivoire	Lecturer/Researcher Food Technology, Nutrition, Sensory evaluation	Charlemagne Nindjin	charlemagne.nindjin@yahoo.fr charlemagne.nindjin1@csrs.ci
<b>Éthiopie</b>			
	International Creativity and Innovation Development Support Services (ICIDSS)	Wondwossen Belete	<a href="mailto:wondwossenbel@yahoo.com">wondwossenbel@yahoo.com</a>
<b>Ghana</b>			
Registrar General's Department	Chief State Attorney	Grace Issahaque	<a href="mailto:graceissahaque@hotmail.com">graceissahaque@hotmail.com</a>
<b>Guinée</b>			
	Responsable de la coopérative café ziamia	Sidiki Camara	borokmara@yahoo.fr
	ONG MGE/Guinée	Kerfalla Camara	<a href="mailto:kerfalla.camara.mge@gmail.com">kerfalla.camara.mge@gmail.com</a>
<b>Kenya</b>			
Coffee Board Kenya	Coffee Board Official	Bernard Gichovi	bengichovi@gmail.com
<b>Mozambique</b>			
Industrial Property Institute Rua Consiglieri Pedroso, 165 P.O Box 1072 Maputo – Mozambique	Legal Department Coordinator	Emídio Rafael	<a href="mailto:emidio.rafael@ipi.gov.mz">emidio.rafael@ipi.gov.mz</a>
<b>Niger</b>			
Ministère de l'agriculture et de l'élevage		Ousman Abdou	<a href="mailto:ous_ab@yahoo.fr">ous_ab@yahoo.fr</a>
<b>Ouganda</b>			
Ojok Advocates P.O Box 34439 Kampala – Uganda		Julius Ojok	<a href="mailto:juliusojok@yahoo.co.uk">juliusojok@yahoo.co.uk</a>
<b>Rwanda</b>			

Japan International Cooperation Agency (JICA) Inzozu Nziza (ONG)		Samuel Sangwa	<a href="mailto:samuelmuteba@yahoo.fr">samuelmuteba@yahoo.fr</a>
<b>Sénégal</b>			
Cabinet Economie-Territoires et Développement Services (ETDS)	Manager	Pape-Tahirou Kanoute	<a href="mailto:tahiroukanoute@hotmail.com">tahiroukanoute@hotmail.com</a>
<b>Togo</b>			
Université de Lomé	Professeur	Egnonto Koffi Tessio	<a href="mailto:emtessio@yahoo.fr">emtessio@yahoo.fr</a>
<b>Tunisie</b>			
		Dorsaf Benahmed	<a href="mailto:dorsaf.bahmed@gmail.com">dorsaf.bahmed@gmail.com</a>

## **ANNEXE 6: ATELIER SUR LA STRATEGIE CONTINENTALE ET LE PLAN D'ACTION RELATIFS AUX INDICATIONS GEOGRAPHIQUES (IG)**

**21-25 NOVEMBRE 2016, NAIROBI (KENYA)**

### **RAPPORT DE L'ATELIER ET LISTE DES PARTICIPANTS**

#### **INTRODUCTION**

L'atelier sur la stratégie continentale s'est tenu du 22 au 25 novembre 2016 à l'Hôtel Hilton à Nairobi (Kenya). Cet événement faisait suite à l'atelier de validation tenu à Cotonou (Bénin) les 31 mai, 1<sup>er</sup> et 2 juin 2016, durant lequel quatre groupes de travail thématiques, chargés de formuler des propositions à insérer dans le plan d'action de la stratégie continentale ont été organisés. L'atelier de Nairobi avait pour objectif de mener à bien l'élaboration d'une stratégie continentale sur les IG en Afrique pour commencer à concevoir le plan d'action quinquennal susmentionné.

#### **PARTICIPANTS**

Les participants à l'atelier étaient des personnes ressources bien informées du secteur public ou privé. Les participants du secteur public venaient pour la plupart des ministères de l'agriculture, du commerce ou de l'industrie d'États membres de l'Union africaine, d'universités ou de centres de recherche. Étaient également présents des experts renommés de l'Organisation régionale africaine de la propriété industrielle, de la FAO, de l'UE et de l'OMPI. Les participants du secteur privé étaient des producteurs ou leurs représentants, des analystes des politiques, des ONG et des consultants en IG.

Après les allocutions d'ouverture prononcées respectivement par M. Ahmed El Sawahly, directeur de l'UA-BIRA, représentant l'Union africaine, puis du Représentant de la FAO, chargé des politiques nationales et chef de l'Unité des politiques de la FAO au Kenya, et du représentant de l'ambassadeur de l'UE au Kenya M. Alessandro Tonoli, le Représentant du Secrétaire de Cabinet, Ministère de l'industrie, du commerce et des coopératives de la République du Kenya, M. Sylvance A. Sange, Directeur général du Kenya Industrial Property Institute, a ouvert officiellement l'atelier.

M. Julius Ojok, consultant juridique auprès OJOK Advocates dont le siège est à Kampala (Ouganda) a animé l'atelier.

#### **ORGANISATION DE L'ATELIER**

L'atelier a été divisé en six séances:

- Première séance plénière: Les IG en tant qu'outil pour le développement rural et durable (politique d'appui)
- Deuxième séance plénière: Les IG en tant que droit de propriété intellectuelle (protection juridique)
- Troisième séance plénière: Le contenu de la stratégie

- Quatrième séance plénière: Présentation du projet de plan d'action, travail en groupes et organisation des groupes
- Cinquième séance plénière: Groupes de travail sur le plan d'action quinquennal
- Sixième séance plénière: Conclusion et étapes suivantes.

## PRINCIPAUX RÉSULTATS DES DÉBATS

### **Première séance plénière: Les IG en tant qu'outil pour le développement rural et durable (politique d'appui)**

Mme Catherine Teyssier a rappelé le fondement du programme de la FAO sur la qualité liée à l'origine qui a été lancé en 2007 et l'engagement connexe à élaborer des IG sur le continent africain, afin, notamment:

- D'améliorer la sécurité alimentaire et de renforcer le développement rural
- D'aider les pays membres et les parties prenantes à assurer une qualité durable liée aux systèmes d'origine
- D'appuyer à la fois les politiques appropriées et les liens avec les marchés qui permettent la préservation et la promotion de produits de qualité liée à l'origine et des ressources bioculturelles

Dans le programme sur la qualité liée à l'origine, cinq études de cas sur les IG africaines ont été documentées: le thé rwandais, le riz de Kovié (Togo), la violette de Galmi (Niger), le miel de Casamance (Sénégal) et l'échalote du Pays Dogon (Mali). Les outils méthodologiques pour les IG qui ont été mis au point et promus par le programme ont été mentionnés, l'accent étant mis en particulier sur le Guide de la FAO «Territoires, produits et acteurs locaux: des liens de qualité» et l'outil en ligne pour l'identification du lien avec l'origine et le développement potentiel.

Dans une autre présentation, M. Geoffrey Ramba (Kenya Intellectual Property Office (KIPI) – Bureau kényan de la propriété intellectuelle) a décrit le processus d'enregistrement des indications géographiques au Kenya, le pays hôte.

Dans la deuxième présentation, Mme Teyssier a mis en évidence les enseignements tirés des IG dans le monde, y compris les facteurs de réussite (le caractère typique du produit, la gouvernance des IG, le cadre institutionnel) et les possibilités pour l'Afrique, à savoir les produits traditionnels, l'intérêt croissant pour ces produits et le potentiel des indications géographiques en tant que stratégies de «démarchandisation». Elle a également mentionné les difficultés liées à l'application des IG en Afrique qui expliquent la nécessité d'une stratégie continentale: les besoins d'autonomisation des petits producteurs, le renforcement des capacités, l'éducation et la formation.

### **Deuxième séance plénière: Les IG en tant que droit de propriété intellectuelle (protection juridique)**

Mme Grazioli a présenté le contexte international de protection des IG, y compris l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) et le récent Acte de Genève. Les motifs de l'adoption de l'Acte de Genève étaient les

suivants: ouverture du système, c'est-à-dire intégration des différents outils de protection choisis par un État donné au niveau national (marques), portée de la protection qui s'est révélée peu satisfaisante aux termes de l'Accord sur les ADPIC.

Mme Bagal a donné un aperçu des outils aptes à protéger les IG dans les pays africains et a souligné qu'il importait de disposer d'un cadre juridique commun et d'une politique commune, compte tenu non seulement des spécificités du continent, mais aussi de la pression croissante s'exerçant sur les capacités institutionnelles en raison de l'appartenance à des organisations internationales. Le rôle des communautés économiques régionales (CER) dans la mise en œuvre de la stratégie a aussi été évoqué notamment, parce que chaque pays africain appartient à une CER au moins.

M. Sackey a illustré le rôle de l'Organisation régionale africaine de la propriété intellectuelle dans la promotion de la propriété intellectuelle pour ses États membres. Durant la présentation, les organes de l'Organisation ont été présentés, ainsi que les partenaires coopérants. En outre, le cadre de protection des marques géographiques de l'Organisation, y compris le projet de protocole sur les IG récemment adopté, a été présenté. Enfin, M. Sackey a expliqué les initiatives visant à harmoniser les systèmes OAPI/organisation régionale africaine de la propriété industrielle et à créer des synergies pour rendre le système de la propriété intellectuelle pertinent, efficace et efficient afin de promouvoir le développement culturel, social, technologique et économique durable en Afrique.

### **Troisième séance plénière: Le contenu de la stratégie**

Mme Akullo a expliqué l'importance et la nécessité d'une stratégie continentale pour les IG. Il y a trois raisons à cette stratégie:

- s'appuyer sur les expériences acquises et sur les capacités renforcées (par exemple, l'OAPI) et faire en sorte que ces connaissances soient diffusées, grâce à un dialogue permanent par l'intermédiaire de plateformes multiacteurs et multisectorielles aux échelles nationale, régionale et continentale;
- s'attaquer aux défaillances de la protection internationale des IG en renforçant les règles et les pratiques convergentes au niveau continental, ce qui encouragerait le commerce et améliorerait le positionnement des produits africains sur les marchés régionaux, continentaux et internationaux;
- contribuer aux différents calendriers et programmes pour l'Afrique liés au développement du secteur agricole, en particulier aux objectifs de développement durable de l'Organisation des Nations Unies mais aussi au Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine (PDDAA) et à la Déclaration de Malabo approuvée par l'Assemblée de l'Union africaine.

Il faut maintenant approuver une vision générale commune au niveau continental pour conférer une légitimité politique aux projets relatifs aux IG et à l'élaboration de politiques en la matière.



Mme Teyssier et Mme Bagal ont présenté les recommandations découlant du projet de stratégie continentale respectivement pour les IG en tant qu'outil de développement rural et d'un point de vue juridique et institutionnel.

#### **Quatrième séance plénière: Présentation du projet de plan d'action, travail en groupes et organisation des groupes**

Mme Teyssier a présenté le projet de plan d'action et l'organisation des groupes de travail prévus pour la cinquième séance.

#### **Cinquième séance plénière: Groupes de travail sur le plan d'action quinquennal**

Chaque groupe a travaillé sur deux résultats afin d'apporter des contributions au Plan d'action: activités, produits, calendrier, responsabilité et budget. Les résultats sont les suivants:

**Résultat 1: une vision africaine des IG** (organisateur/rapporteur: Kujo Mac Dave et Tahirou Kanoute)

**Résultat 2: le cadre juridique** (organisateur/rapporteur: Monique Bagal et Alexandra Grazioli)

**Résultat 3: les IG pilotes** (organisateur/rapporteur: Dirk Troskie et Dorsaf Benhamed)

**Résultat 4: les marchés** (organisateur/rapporteur: Emidio Rafael et Samuel Swanga)

**Résultat 5: recherche, formation et vulgarisation** (organisateur/rapporteur: Anne Floquet et Rene Tetebaya)

**Résultat 6: sensibilisation de toutes les parties prenantes**

(organisateur/rapporteur: Bernard Gichovi et Julius Ojok)

L'objectif était de fournir une nouvelle version du tableau à insérer dans le Plan d'action.

#### **Sixième séance plénière: résumé et étapes suivantes**

##### **Résultat 1: une vision africaine des IG**

Exemples d'activités qui pourraient cimenter une vision africaine du développement des IG qui serait intégrée dans le développement rural et la sécurité alimentaire:

- Promotion de l'approche africaine par la mise en commun des données d'expérience durant les forums intergouvernementaux
- Fourniture d'une analyse et d'une étude de faisabilité sur les plateformes multiacteurs et multisectorielles chargées de la consultation, de la mise en commun des informations, de la communication et de la coordination des activités de recherche

##### **Résultat 2: le cadre juridique**

Exemples d'activités qui devraient permettre d'établir un cadre juridique et institutionnel au niveau national et régional pour la protection des IG:

- Mener une étude de la situation et une analyse des lacunes sur les cadres juridique et institutionnel en utilisant et en regroupant les rapports existants

- Élaborer un cadre type juridique et institutionnel pour les IG en Afrique conforme aux traités internationaux
- Élaborer et utiliser des modules de formation personnalisés sur les IG pour les administrateurs du système et les utilisateurs

### **Résultat 3: les IG pilotes**

Exemples d'activités qui devraient promouvoir et utiliser le cadre juridique et institutionnel:

- Gérer l'enregistrement et la promotion d'IG pilotes pour des produits alimentaires et artisanaux importants
- Établir un groupe d'experts africains des IG
- Mettre en place un registre international des noms de produits spécifiques (notamment cultures d'exportation comme café, thés, etc.)

### **Résultat 4: les marchés**

Exemples d'activités qui devraient améliorer la commercialisation de produits couverts par une IG:

- Promouvoir l'IG sur le marché local avec des systèmes de certification appropriés et des chaînes d'approvisionnement courtes, en particulier des systèmes de garantie participatifs
- Renforcer les organisations s'occupant d'IG en particulier pour améliorer leurs capacités de négociation
- Faciliter les accords commerciaux régionaux et internationaux pour les produits couverts par une IG

### **Résultat 5: recherche, formation et vulgarisation**

Exemples d'activités qui devraient renforcer les capacités en matière de recherche:

- Définir les activités de recherche-action et de terrain à mettre en place pour définir une approche africaine des IG et les différents outils ou méthodes associés
- Mener des études d'impact

### **Résultat 6: sensibilisation de toutes les parties prenantes**

Exemples d'activités qui devraient améliorer les activités de sensibilisation et de plaidoyer concernant les IG parmi les acteurs:

- Élaborer et utiliser des modules de formation personnalisés sur les IG pour les administrateurs du système et les utilisateurs
- Réaliser une enquête préliminaire afin de déterminer le degré de sensibilisation à l'égard des IG
- Mettre au point du matériel de diffusion de l'information dans les langues appropriées

## RECOMMANDATIONS FORMULÉES PAR LES PARTICIPANTS

Les délégués ont salué l'organisation efficace de l'atelier et apprécié tout le processus c'est-à-dire le contenu et l'exécution. Les participants ont fait montre d'un grand intérêt à travailler sur le document et leurs compétences et leur expérience ont été d'une grande aide pour peaufiner le projet de stratégie continentale.

Au terme de la réunion, Mme Cristina Miranda-Gozalvez, de l'UE, a souligné que le travail effectué jusque-là avait été très exhaustif et a salué le fait que des tâches précises avaient été confiées à des institutions et à des personnes déterminées. Elle s'est félicitée de la vision de la Commission de l'Union africaine et a souligné que l'Europe attachait beaucoup d'importance aux IG étant donné que 15 pour cent des exportations de l'UE étaient couvertes par des IG. Elle a également noté que des mécanismes de financement seraient disponibles dans un avenir proche et que les participants devraient s'y intéresser et plaider en faveur du financement des projets liés aux IG par l'intermédiaire de ces mécanismes.

Dans leurs remarques de clôture, Mme Teyssier (FAO) et Mme Akullo (Commission de l'Union africaine) ont remercié les participants pour leur travail. Mme Teyssier a confirmé que la FAO soutenait l'Union africaine dans ce processus. Mme Akullo a souligné qu'il fallait œuvrer pour que la stratégie continentale de l'Union africaine sur les IG soit approuvée au niveau politique au sein de l'UA. Elle a également noté que les travaux sur le plan d'action venaient de commencer et a informé les participants que la Commission de l'Union africaine, en collaboration avec la FAO, consulterait les divers experts et les représentants du secteur agricole et celui de la propriété intellectuelle pour avancer.

Structure	Fonction	Nom	Courrier électronique:
<b>Internationale</b>			
OMPI Genève	Directeur, Lisbon Registry	Alexandra Grazioli	<a href="mailto:alexandra.grazioli@wipo.int">alexandra.grazioli@wipo.int</a>
EC-DGAGRI	Chef d'Unité, ACP et questions de développement	Cristina Miranda Gozavez	<a href="mailto:Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu">Cristina.MIRANDA-GOZALVEZ@ec.europa.eu</a>
Délégation de l'UE au Kenya	Fonctionnaire principal, Propriété intellectuelle et achats publics	Alessandro Tonoli	<a href="mailto:Alessandro.TONOLI@eeas.europa.eu">Alessandro.TONOLI@eeas.europa.eu</a>
FAO (Siège)	Coordonnatrice du projet sur la qualité et à l'origine	Catherine Teyssier	<a href="mailto:catherine.teyssier@fao.org">catherine.teyssier@fao.org</a>
Représentante de la FAO au Kenya	Fonctionnaire principal (politiques)	M. Mulat Demeke	<a href="mailto:Mulat.Demeke@fao.org">Mulat.Demeke@fao.org</a>
FAO, consultant	Conseiller juridique, spécialiste des IG	Monique Bagal	<a href="mailto:monique.bagal@gmail.com">monique.bagal@gmail.com</a>
<b>Régionale</b>			
UA	Chargée des politiques - Département de la production végétale, de l'économie rurale et de l'agriculture de la Commission de l'Union africaine	Diana Akullo	<a href="mailto:AkulloD@africa-union.org">AkulloD@africa-union.org</a>
UA	Directeur de l'UA-BIRA	Elmekass Ahmed Abdelaziz Morsy	<a href="mailto:elmekassa@yahoo.com">elmekassa@yahoo.com</a> ; <a href="mailto:SayahE@africa-union.org">SayahE@africa-union.org</a> ; <a href="mailto:elmekassa@africa-union.org">elmekassa@africa-union.org</a> ;
ARIPO	Directeur - Intellectual Property Development	Emmanuel Sackey	<a href="mailto:esackey@aripo.org">esackey@aripo.org</a>

Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique		Mahamadou Nassirou Ba	<a href="mailto:nba@uneca.org;nassiroub@gmail.com">nba@uneca.org;nassiroub@gmail.com</a> ;
Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique			<a href="mailto:abdal@uneca.org">abdal@uneca.org</a>
<b>Nationale</b>			
<b>Afrique du Sud</b>			
Département de l'agriculture de la province du Cap occidental - Services économiques et agricoles	Directeur: Planification des activités et stratégie	Dr Dirk Troskie	<a href="mailto:DirkT@elsenburg.com">DirkT@elsenburg.com</a>
<b>Bénin</b>			
LADYD	Chercheuse	Anne Floquet	<a href="mailto:Anneb.floquet@gmail.com">Anneb.floquet@gmail.com</a>
<b>Cameroun</b>			
Association IG Poivre de penja	Animateur/formateur/inspecteur Poivre de Penja GI Group	Nzenowo Emmanuel	<a href="mailto:nzenowo@yahoo.fr">nzenowo@yahoo.fr</a>
Ministère de l'agriculture et du développement rural	Point focal national sur les indications géographiques	M Petit Albert Bernard MESSA	<a href="mailto:pabmessa@yahoo.fr">pabmessa@yahoo.fr</a>
SNV North West, Bamenda, Netherlands Development Organisation	Conseiller	Julius Niba Fon	<a href="mailto:nibafon@yahoo.co.uk">nibafon@yahoo.co.uk</a>
		Mbiada Kamga Espe Heutchou	<a href="mailto:emilyheutchou@gmail.com">emilyheutchou@gmail.com</a>

Comores			
Ministère de la production, de l'environnement, de l'énergie, de l'industrie et de l'artisanat	Fonctionnaire	Issoufu Ambadi	<a href="mailto:ambadi_issouf@yahoo.fr">ambadi_issouf@yahoo.fr</a>
Éthiopie			
Consultant en propriété intellectuelle et avocat	Consultant en propriété intellectuelle et avocat	Getachew Mengistie	<a href="mailto:getachewal@gmail.com">getachewal@gmail.com</a>
Certification des normes environnementales CERES	Expert principal en matière de normes	Kalungi Muses	<a href="mailto:kalungi_moses20000@yahoo.com">kalungi_moses20000@yahoo.com</a>
Ghana			
UCC, Faculté de droit d'Accra	ancien fonctionnaire de l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)	M. Kujo McDave	<a href="mailto:mcdaveap@yahoo.com">mcdaveap@yahoo.com</a>
Kenya			
Coffee Directorate	Coffee Board Official	Bernard Gichovi	<a href="mailto:bengichovi@gmail.com">bengichovi@gmail.com</a>
Kenya Intellectual Property Institute (KIPI)	Examineur principal des brevets	Mboi Misati	<a href="mailto:misati.mboi@yahoo.com">misati.mboi@yahoo.com</a>
Kenya Industrial Property Institute	KIPI Official	Mr. Geoffrey Ramba	<a href="mailto:rambajeff@gmail.com">rambajeff@gmail.com</a>
Kenya Agricultural Livestock Research Organization (KALRO).	KALRO Official	Dr Cecilia Kathurima	<a href="mailto:Cecilia.kathurima@kalro.org">Cecilia.kathurima@kalro.org</a>
Kate Organics	Cadre responsable	Mme Kate Kibara	<a href="mailto:kate@katesorganics.co.ke">kate@katesorganics.co.ke</a>

<u>Kenya Plant Health Inspectorate Service</u> KEPHIS	Fonctionnaire	M. Philip Njoroge	<a href="mailto:pknjoroge@kephis.org">pknjoroge@kephis.org</a> \ <a href="mailto:director@kephis.org">director@kephis.org</a>
Muranga Farmers' Cooperative Union	Cadre responsable	M. Stanley Kibatni	<a href="mailto:kistang@yahoo.co.uk">kistang@yahoo.co.uk</a>
Goldthrift –IP	Expert/consultant - Propriété intellectuelle, communications et relations avec les médias	Mbugua Njoroge	<a href="mailto:mbuguajoroge@gmail.com">mbuguajoroge@gmail.com</a>
<b>Malawi</b>			
Ministère des finances, de la planification économique et du développement		Adwell Zembele	<a href="mailto:zembeleadwell@yahoo.com">zembeleadwell@yahoo.com</a>
<b>Mozambique</b>			
Industrial Property Institute Rua Consiglieri Pedroso, 165 P.O Box 1072 Maputo – Mozambique	Coordonnateur au Département juridique	Emídio Rafael	<a href="mailto:emidio.rafael@ipi.gov.mz">emidio.rafael@ipi.gov.mz</a>
MITADER – Mozambique	Fonctionnaire	Carla Mariza Miguel Teixeira	<a href="mailto:Carla.miguelita@gmail.com">Carla.miguelita@gmail.com</a>
<b>Namibie</b>			
Ministère de l'agriculture	Fonctionnaire	Festas Uegumbo	<a href="mailto:fnegambo@gmail.com">fnegambo@gmail.com</a>
		Stauss Esmeralda Suzetta	<a href="mailto:StraussE@mawf.gov.na">StraussE@mawf.gov.na;</a>
<b>Nigéria</b>			
		Motunrayo Oluwemimo Egbe	<a href="mailto:tunrayoegbe@gmail.com">tunrayoegbe@gmail.com;</a>

<b>Ouganda</b>			
Ojok Advocates P.O Box 34439 Kampala – Uganda	Avocat (facilitateur)	M. Julius Ojok	<a href="mailto:juliusojok@yahoo.co.uk">juliusojok@yahoo.co.uk</a>
Ministère du commerce, de l'industrie et des coopératives		Philip Owigwal	<a href="mailto:owinoogwalp@gmail.com">owinoogwalp@gmail.com</a>
		Michael Mafu	<a href="mailto:MMafu@thedti.gov.za">MMafu@thedti.gov.za</a>
<b>Rwanda</b>			
Japan International Cooperation Agency (JICA) Inzosi Nziza (ONG)	Cadre responsable	M. Samuel Sangwa	<a href="mailto:samuelmuteba@yahoo.fr">samuelmuteba@yahoo.fr</a>
<b>Saharawi</b>			
		M. Aiub Mohamed Salem	<a href="mailto:Wadadi09@gmail.com">Wadadi09@gmail.com</a>
<b>Sénégal</b>			
Cabinet Économie- Territoires et Développement Services (ETDS)	Cadre responsable	Pape-Tahirou Kanoute	<a href="mailto:tahiroukanoute@hotmail.com">tahiroukanoute@hotmail.com</a>
<b>Soudan</b>			
CBS Karthoum	Fonctionnaire	Abdulrahim Ibrahim Osman	<a href="mailto:cooperationunit@gmail.com">cooperationunit@gmail.com</a>
<b>Suisse</b>			
Délégation permanente de l'UA à Genève	Conseiller	Namekong Georges	<a href="mailto:NamekongG@africa-union.org">NamekongG@africa-union.org</a>
<b>Togo</b>			
ONG AGIR	Directeur exécutif	Teteyaba K.G Rene	<a href="mailto:reneteteyaba@yahoo.fr">reneteteyaba@yahoo.fr</a>



Tunisie			
Institut national de la normalisation et de la propriété industrielle (INNORPI)	Fonctionnaire	M. Yahia Barouni	<a href="mailto:ip.barouni@gmail.com">ip.barouni@gmail.com</a>
Ministère de l'agriculture	Fonctionnaire	Mme Dorsaf Benahmed	<a href="mailto:dorsaf.bahmed@gmail.com">dorsaf.bahmed@gmail.com</a>
		Ben Hadj Ali Hammadi	<a href="mailto:hammadibenhadjali@yahoo.fr;">hammadibenhadjali@yahoo.fr;</a>
Zambie			
ZOPPA		M. Chitalu Munshimbwe Chitalu	<a href="mailto:mchitalu@organic.org.zm">mchitalu@organic.org.zm</a>
Zimbabwe			
Chinhoyi University of Technology School of Agricultural Sciences and Technology P.O Box 7724 Chinhoyi, Zimbabwe	Fonctionnaire	Kudakwashe Chitindingu	<a href="mailto:kchitindingu@gmail.com">kchitindingu@gmail.com</a>





**African Union Commission**  
**Department of Rural Economy and Agriculture**

*Print & Design AU DCMP Publishing & Reproduction Plan*