



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



TRANSFORMER UNE IG EN SUCCES

Colloque international sur le développement des
Indications géographiques

Douala, Cameroun, 17-19 avril 2024

Antoine Ginestet
aginetet@inpi.fr

*Chargé des indications
géographiques - INPI*

L'ORGANISME DE DEFENSE ET DE GESTION

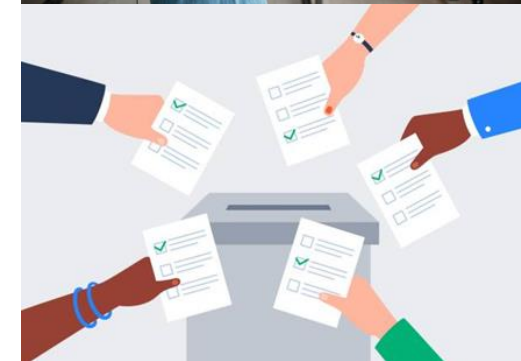
- ▶ **En Europe, 5% des IG reconnues ne sont pas utilisées par les producteurs...**
- ▶ **Qui parfois même en ignorent l'existence !**
- ▶ **Dans la plupart des cas, ces « belles endormies » ont été créées sans implication réelle des producteurs ou sur une commande politique déconnectée du terrain**
- ▶ **Il est donc essentiel de s'assurer qu'elle correspond à une volonté des producteurs, qui vont se l'approprier**

- ▶ **Eviter la multiplication des dossiers concurrents !**
- ▶ **Exemple: en France, le savon de Marseille:**
- ▶ **3 associations en concurrence, 5 demandes d'indications géographiques différentes**
- ▶ **5 recours judiciaires en Cour d'Appel**
- ▶ **8 ans de procédures administratives et judiciaires pour...**
- ▶ **... 0 IG !**
- ▶ **Beaucoup de temps et d'argent perdus**



L'ORGANISME DE DEFENSE ET DE GESTION

- ▶ Il doit regrouper et faire travailler ensemble des entreprises qui sont en concurrence au quotidien sur les marchés
- ▶ Importance de sa neutralité
- ▶ Choix stratégique de sa gouvernance: personnalité consensuelle, neutre, à l'écoute et inspirant confiance
- ▶ Faire travailler des artisans et des PME aux intérêts, marchés, et procédés différents
- ▶ Problématique de la représentation des petits artisans face aux grandes entreprises
- ▶ Exemple: une demande d'IG française a été rejetée car 4 grandes entreprises gardaient tous les pouvoirs face à 7 artisans, obligés de suivre
- ▶ La meilleure solution: « une entreprise, une voix » garantit que tous les intérêts en présence sont représentés



CHOISIR LE NOM DE L'IG ET DELIMITER LA ZONE

- **Le droit international interdit prohibe l'enregistrement d'un nom générique**
- **Risque de rejet d'une demande par certains Etats, et donc pas de protection sur ces marchés.**
- **Il faut également choisir un nom déjà reconnu ET recherché par le consommateur, pour maximiser l'effet de levier de l'IG**
- **Différence avec les IG agro-alimentaires: influence réduite des facteurs naturels**
- **La délimitation de la zone géographique est nécessairement moins complexe: pas de rôle du climat, de la nature du sol, de l'exposition des terrains, etc.**
- **Il est donc préférable d'avoir une zone définie assez largement, afin d'éviter d'exclure un opérateur potentiel**

IG – LES PROCÉDES TECHNIQUES

- **Ne pas favoriser un procédé par rapport à un autre pratiqué par un concurrent que l'on souhaite exclure**
- **La seule différenciation possible est entre les produits authentiques fabriqués dans la zone et ceux délocalisés ailleurs**
- **Etre transparent vis-à-vis du consommateur**
- **Ne pas dissimuler des provenances de matières premières ou d'éventuelles sous-traitance**
- **Durant la procédure de reconnaissance, l'enquête publique permet à tous les concurrents de s'exprimer: ils ne vont pas de priver de dévoiler les « petits secrets » du cahier des charges si celui-ci n'est pas complètement sincère**



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**Merci de votre
attention**

Antoine Ginestet
aginestet@inpi.fr

*Chargé des indications
géographiques - INPI*