

IVème Assemblée générale de  
**ORIGIN**  
*TERUEL (Espagne)*

# LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES (IGs) DANS LES ETATS MEMBRES DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE L'APPROPRIETE INTELLECTUELLE



Présenté par: Cécé KPOHOMOU  
Chargé des IGs / OAPI



# OAPI

## I. Introduction

- 1. Inexistence de tradition de reconnaissance des signes géographiques, en dépit d'un potentiel important éligible;**
- 2. Existence depuis 1977, d'une législation sur les appellations d'origine, inspirée de l'Arrangement de Lisbonne, qui n'a donné lieu à aucune demande d'enregistrement.**
- 3. Le projet pilote de promotion et de protection des IGs permettrait à l'OAPI de consacrer la reconnaissance des premières IGs sur son espace géographique.**

# OAPI

## II. L'Afrique continent aux potentiels importants en matière d'Indication Géographique

### Au plan agricole :

Potentiel important de produits non encore bien valorisé (Fruits, légumes, céréales, champignons, produits apicoles, féculents, racines, feuilles, noix, sèves particulières...);

**Au plan artisanal :** Multitude de produits fabriqués typiques portant les empreintes de cultures et traditions à travers les générations restent à répertorier, évaluer pour une valorisation en IGs ( Bois, tissus, cuir, poterie et autres);

**Au plan halieutique :** Une gamme variée de produits marins hors des yeux de la science et de la technologie existe ( Poisson, crevette et autres).

# OAPI

## III. Conditions favorables au développement des Indications Géographiques sur l'espace OAPI

### Cadre naturel

- a. **Le sol, conditions climatiques et savoir faire des populations.** Variés (féralitique, hydromorphe, sabloneux; Avec un climat à influence tropicale et humide à des degrés divers) font de certains produits qui en sont issues des produits typiques de notoriété. Ex:
  - le Bakongo ou « chikwang » pour le manioc au bassin du Congo,
  - les ananas du Cavali au Bénin
  - le Café du Ziama en Guinée etc....
- b. **La biodiversité**

Potentiel, important en ressources génétiques et halieutiques éligibles (l'Okumé et la sardine de la côte marine du Gabon, le Pwété poisson du fleuve Oubangui, les crevettes de Guinée, le thiof au Sénégal

# OAPI

## III. Conditions favorables au développement des Indications Géographiques sur l'espace OAPI (suite)

### c. **Les techniques traditionnelles et l'artisanat**

Donnent aux produits artisanaux des caractéristiques particulières qui peuvent trouver un terrain favorable de développement des Indications Géographiques (les toiles de Korhogo (Côte d'Ivoire), le Bogolan (Mali, Guinée Burkina Faso), la pierre de Mbigou (Gabon) utilisée dans les tableaux et autres créations artistiques)

# OAPI

## IV. L'encadrement juridique des IGs

1. **Accord de Bangui** (Acte du 2 mars 1977)
  - réglemente les Appellations d'Origine
  - révisé pour donner lieu un droit qui régit la protection des IGs de façon plus globale
2. **Accord de Bangui** (Acte du 24 février 1999)
  - définition plus large conforme à celle des ADPIC (article 22.1)
  - la qualité n'est pas le seul critère de détermination, une réputation, ou autre caractéristique du produit peut leurs conférer le caractère d'IGs
  - donne la latitude de protéger une diversité de produits.



## V. Le Projet sur les IGs

### A. Historique:

#### 1. séminaire OMPI sur l'usage des marques et des Indications

Géographiques à Conakry (République de Guinée), du 23 au 25 janvier 2000;

#### 2. Initiation du projet pilote pour la promotion et la protection des indications Géographiques par l'OAPI en partenariat avec

l'OMPI, l'Institut National de la Propriété Industrielle de France (INPI), l'INAO et le Centre International de Coopération en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD);

3. Projet circonscrit à quatre pays membres avec extension

# OAPI

## B. Financement du projet:

1. **Signature de la convention de financement le 06 octobre 2008 entre l'Agence Française de Développement (AFD) et l'OAPI pour un montant à hauteur de un million d'euros exécutoire en quatre ans;**
2. **Ce financement permettra ( la formation et la sensibilisation des acteurs publics et privés impliqués, la construction des outils de l'IGs, la définition des critères et méthodes de contrôle et l'élaboration du cahier des charges, l'assistance à la mise en place des procédures nationales de reconnaissance des Indications Géographiques et l'appui en marketing et**

# OAPI

## C. Les obstacles que devrait rencontrer la mise en œuvre du projet

- 1. L'adhésion de toutes les parties concernées (administrations);**
- 2. La mise en place des Comités nationaux;**
- 3. La délimitation des aires de production et la présentation des produits (qualité des emballages)**
- 4. La mise en place de système de contrôle et la fixation du régime des Indications Géographiques transfrontalières;**
- 5. La promotion des Indications Géographiques pour offrir des perspectives de marchés y compris à l'exportation.**

# OAPI

## D. Idée de quelques produits du projet

### **1. Poivre blanc de Penja**

- ✓ **Positionnement favorable à l'export**
- ✓ **l'IG est pertinente comme instrument de valorisation**
- ✓ **Acteurs disposants de capacités d'actions et convaincus à démarche IGs**
- ✓ **Entente sur la stratégie et partage des bénéfices indispensable**
- ✓ **Interprofessionnelle pertinente qu' un simple groupement existant**

### **2. Toile de Korhogo**

- ✓ **Transition vers une coopérative à vocation commerciale**
- ✓ **Faible capacités humaines et financières des artisans**
- ✓ **Répond aux critères de l'IG (lien au territoire et savoir faire)**
- ✓ **Soutien des Autorités pour la formation d'une véritable coopérative**
- ✓ **l'IG peut être élément moteur dans la reconstruction de la filière qui semble engagée**

# OAPI

## D. Idée de quelques produits du projet (suite)

### **3. Miel blanc d'Oku**

- ✓ **Le produit, la technique et l'air de production présentent une typicité évidente et un niveau de qualité reconnu par le marché**
- ✓ **Faible capacités humaines et financières des artisans**
- ✓ **La coopérative contrôle une part mineure de la production, elle ne dispose que des équipements obsolètes et est en difficultés financière**
- ✓ **Une fédération autour du projet et sa consolidation est un préalable incontournable**

### **4. Café de Ziama**

- ✓ **l'IG est une stratégie possible pour valoriser le produit;**
- ✓ **Il reste à objectiver les liens entre les qualités et les terroirs;**
- ✓ **La coopérative ne contrôle qu'une faible part des volumes**
- ✓ **La clarification de la stratégie marketing est à faire.**

# OAPI

## VI. Conclusion

**Les Indications Géographiques représentent une grande opportunité de valorisation et de promotion des produits de la zone OAPI en dépit du manque de tradition et de la maîtrise de l'ensemble des règles sous-jacentes qui les régissent;**

**Les producteurs de la zone à travers l'OAPI, pourraient tirer profit des immenses compétences et précieuse expérience de ORIGIN, par le billet d'une coopération qui s'instaurerait entre les deux entités.**

# OAPI

**Les Indications Géographiques,  
instrument de la croissance  
économique.**

**Merci de votre  
aimable attention.**

