



## *Assemblée Générale ORIGIN*

*21 mai 2013*



*Le Cognac, une appellation d'origine  
se développant dans un cadre économique  
mondial*



## Une appellation reposant sur un triptyque solide





*Un sol et un terroir unique*  
Une appellation historique de renommée internationale...

*Des conditions de production*  
Une « eau-de-vie » de vin à cycle long, voire très long...

*Des hommes*  
Plus de 260 Maisons, 114 bouilleurs de profession, 90 marchands en gros et près de 5 000 viticulteurs.

3

© BRIC Andrew THOMAS



## Un produit « industriel », « d'origine agricole » expressément reconnu

**Plus vieille appellation française :**  
*Décret du 1<sup>er</sup> mai 1909 - Décret du 15 mai 1936*

**Un cahier des charges en pleine évolution :**  
*Décret du 16 juin 2011*

**Une matière première réglementée par l'OCM unique au niveau communautaire**

**Une eau-de-vie réglementée par un règlement communautaire relatif aux boissons spiritueuses**



4

© BNIC Andrew THOMAS



*Le Cognac, une appellation d'origine basée sur une gouvernance paritaire*



## La vocation

**Le BNIC est une interprofession qui a pour vocation :**

- Le développement de l'appellation ;
- La représentation des intérêts de la filière.

**Une appellation reconnue en France depuis 1909 reposant sur un triptyque**

- ① Un sol et un terroir unique
- ② Des conditions de production
- ③ Des hommes

**Représentation des intérêts de la filière au niveau :**

- ① Régional
- ② National
- ③ Communautaire et International

7

© BNIC/ Roger Cantagrel



## Focus sur les missions de Service public du BNIC

**Le BNIC est un organisme interprofessionnel à caractère privé mais investi de missions de Service public pour le compte de la DGDDI.**

**Le BNIC assure une mission de service public qui revêt trois aspects :**

- ⇒ Contrôle des mouvements du Cognac ;
- ⇒ Tenue des comptes de vieillissement ;
- ⇒ Délivrance des certificats Cognac.

**Ces trois missions confèrent une légitimité au BNIC qui mène, au travers de ses missions, une action forte de lutte contre la contrefaçon dans un but de protection de l'AOC Cognac.**

8

© BNIC/ Roger Cantagrel



## Les enjeux du BNIC

- ❶ Renforcer, protéger et défendre l'appellation
- ❷ Organiser et gérer la production de Cognac
- ❸ Favoriser le développement durable de la filière
- ❹ Développer et coordonner notre stratégie de communication
- ❺ Développer et accompagner l'innovation de la filière
- ❻ Appréhender la gestion de crise

9



## *La politique de protection de l'AOC Cognac*



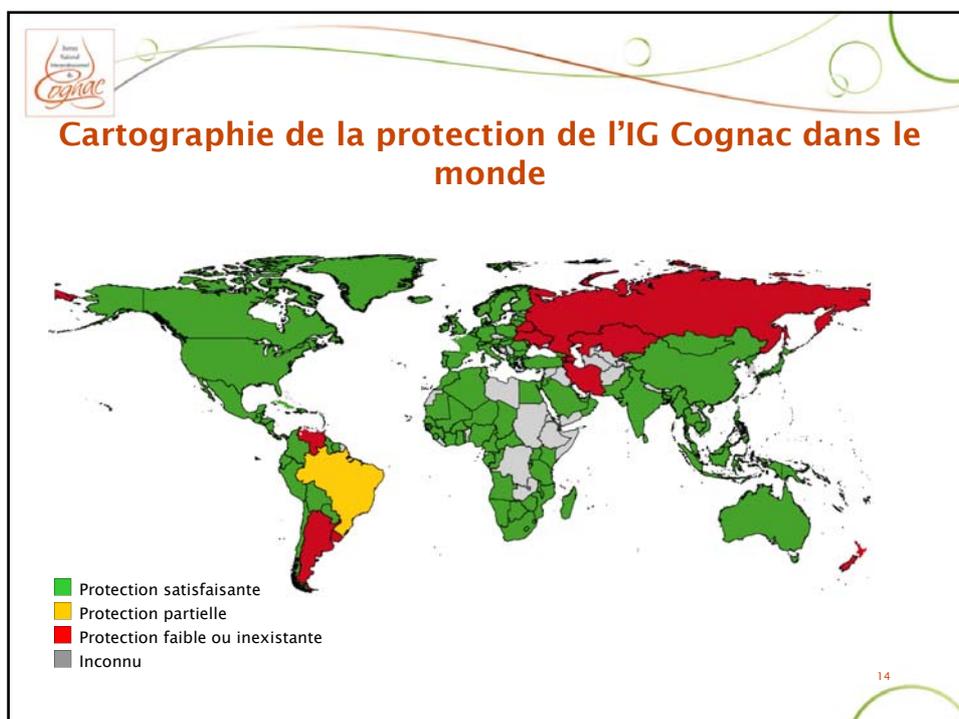
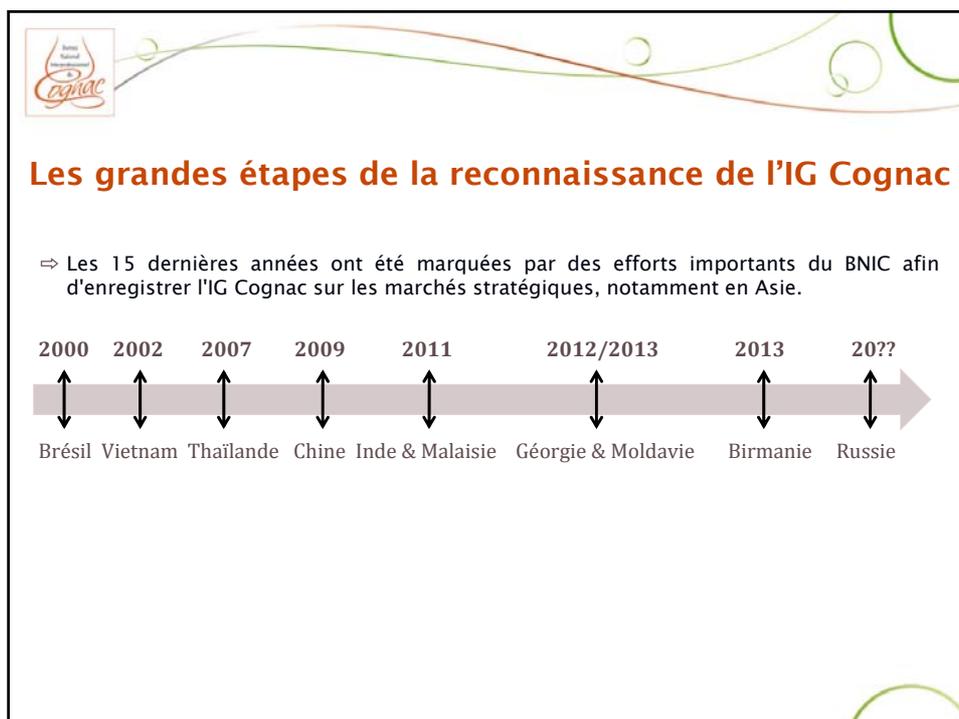
## Les enjeux de la protection de l'AOC

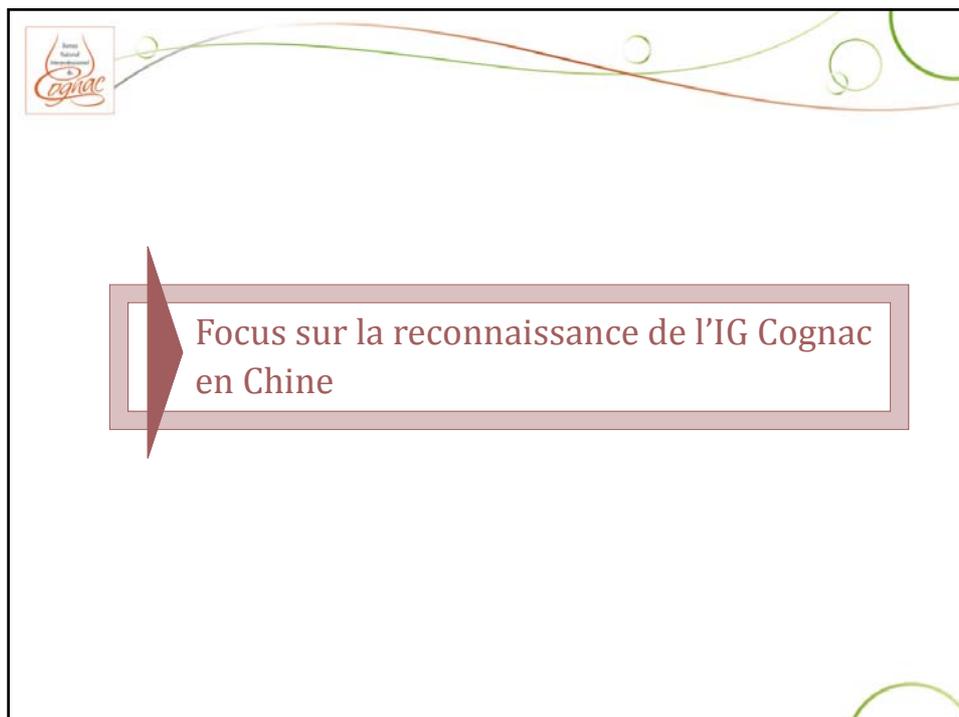
- ⇒ Le Cognac est un produit de luxe avec une forte notoriété. La référence à « Cognac » dans le dénomination, la communication ou la présentation d'un produit ou service est donc une vraie valeur ajoutée, d'où les nombreuses usurpations.
- ⇒ De plus, les marques notoires de Cognac représentent une cible de choix pour les usurpateurs et contrefacteurs (avec ou sans usage de Cognac).
- ⇒ En 2013, la plupart des Etats protègent l'IG Cognac.
- ⇒ Le BNIC s'assure de l'effectivité de cette protection avec l'aide de son réseau de plus de 40 avocats établis dans le monde entier.

**Le BNIC œuvre par conséquent pour garantir aux exportateurs de Cognac un marché sans entraves et éviter la concurrence déloyale des usurpations et contrefaçons.**



Les grandes étapes de la reconnaissance  
de l'IG Cognac dans le monde





 A presentation slide with a decorative border similar to the one above. In the top left corner, there is a small logo for 'Bonne Naturel Cognac'. The main content is a text block with a title and five bullet points.
 

**Le BNIC et la République Populaire de Chine :  
une longue tradition de dialogue**

- ⇒ Sous les « bons offices » de l'INPI, les premiers échanges entre le BNIC et les autorités chinoises (office des marques), datent en effet de 1993, il y a tout juste 20 ans.
- ⇒ Le lancement officiel de la coopération date de 1995: coopération juridique et technique entre le BNIC et le BEST (devenu AQSIQ\*) sur le thème de la caractérisation, de la reconnaissance et de la protection des indications géographiques.
- ⇒ En décembre 1999, la norme reconnaissant le concept d'indication géographique en Chine est adoptée.
- ⇒ En 2000, la première IG chinoise reconnue est l' « alcool jaune de riz de shaoxin », suivie en 2002 par le « thé longjin », le « maotai » et le « jambon de xuanwei ».
- ⇒ En décembre 2009, le Cognac est reconnu comme la première IG étrangère en Chine, à l'occasion du centenaire du décret de 1909 délimitant l'aire de production du Cognac.

\* Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine



## Le BNIC et la République Populaire de Chine : une longue tradition de dialogue

⇒ Grace à sa reconnaissance en tant qu'IG en Chine, le Cognac bénéficie des règles de protection décrites dans l'arrêté n°78 de l'AQSIQ du 16 mai 2005 :

*« Les départements de la qualité et de la supervision technique et départements de l'inspection import-export et de la quarantaine enquêtent et punissent toute personne qui trompe le consommateur en lui faisant croire qu'un produit bénéficie d'une indication géographique ».*

⇒ De même, le terme « Cognac » est également protégé par sa notoriété et ne peut être déposé pour aucun produit ou service, si ce n'est naturellement les eaux-de-vie de vin bénéficiant de l'IG Cognac.

⇒ Pourtant, la mise en œuvre de cette protection est difficile compte tenu des usurpations et contrefaçons dont l'IG Cognac et les marques de Cognac font l'objet, du fait de leur grande notoriété en Chine.



*Conclusion : une belle histoire qui  
s'inscrit dans le temps*