



Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

WP Board 1043/08

3 janvier 2008
Original : anglais

F

Indicateurs géographiques

Comité exécutif
266^e réunion
24 janvier 2008
Londres, Angleterre

**Projet de cadre de référence
d'un séminaire sur les indicateurs
géographiques liés au café**

Contexte

Le document ci-après contient un projet de cadre de référence d'un séminaire sur les indicateurs géographiques liés au café, tel que prévu dans le programme des activités pour 2007/08. Les intervenants appropriés seront recensés et contactés lorsque le cadre de référence aura été arrêté.

Mesures à prendre

Le Comité exécutif est invité à examiner et approuver le projet de cadre de référence ci-après et à proposer des noms d'intervenants qui pourraient être invités à participer au séminaire.

PROJET DE CADRE DE RÉFÉRENCE D'UN SÉMINAIRE SUR LES INDICATEURS GÉOGRAPHIQUES LIÉS AU CAFÉ

Introduction

1. Les indicateurs géographiques définissent la provenance géographique spécifique d'un produit, le territoire, la région, la localité où la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont essentiellement tributaires de cette origine géographique. En d'autres termes, le concept des indicateurs géographiques permet de différencier un produit qui a une origine géographique spécifique et possède des caractéristiques particulières dues à son origine. Dans les stratégies de commercialisation, ce concept peut servir à élaborer l'image d'un produit cultivé ou élevé dans des zones géographiques précises dans le but de sensibiliser le consommateur et de bénéficier de prix supérieurs à ceux du marché. En opposition au concept de marque qui différencie les produits ou services d'un concurrent par rapport à ceux des autres, les indicateurs géographiques se rapportent à un lieu, à une région ou à des terroirs. Plusieurs producteurs de café ont suivi l'exemple de nombreuses entreprises et producteurs de produits de base et ont mis en œuvre cette stratégie pour protéger leurs marques.

2. Cette question a été traitée par l'Organisation mondiale du commerce au moyen de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) dont l'Article 22 stipule que les membres prévoient les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher :

- “a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ;
- b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10*bis* de la Convention de Paris (1967).”

Objectif

3. L'objectif du séminaire est d'informer les Membres du concept des indicateurs géographiques, de leur développement et de leur importance pour l'industrie du café. Il contribuera à sensibiliser les Membres à la nécessité d'une différenciation des produits, outil de commercialisation important dans un marché concurrentiel, qui peut participer à l'augmentation des revenus des caféiculteurs et à l'amélioration de la qualité du café en établissant la réputation de l'origine.

Structure proposée

4. Le séminaire portera sur les questions ci-après :

a) Définitions et questions clés

Cette première séance examinera les définitions des indicateurs géographiques, leur impact économique et environnemental, les différences entre marques et indicateurs géographiques, les effets sur la qualité du café et autres questions pertinentes comme la possibilité de pratiques anti-concurrentielles, les obstacles pour les nouveaux arrivants, l'excès de réglementation, etc.

b) Protection des indicateurs géographiques : plusieurs expériences

Des intervenants de pays exportateurs et importateurs feront part de leur expérience en matière d'indicateurs géographiques

c) Étiquetage, traçabilité et certification

Cette séance examinera les étapes principales pour la mise en place d'une protection des indicateurs géographiques.

d) Questions juridiques d'actualité liées aux indicateurs géographiques

Des intervenants examineront les questions juridiques qui se posent au plan national, au plan international (OMC et protection juridique internationale), ainsi que les mécanismes d'application des indicateurs géographiques et des marques.

Intervenants proposés

5. Il est proposé de prendre contact avec les institutions ci-après et de leur demander de mettre à disposition des intervenants :

- Instituts de recherche/universités
- Associations de l'industrie du café/de caféiculteurs dans les pays exportateurs
- Industrie du café dans les pays importateurs
- Experts juridiques
- Organisations internationales pertinentes