

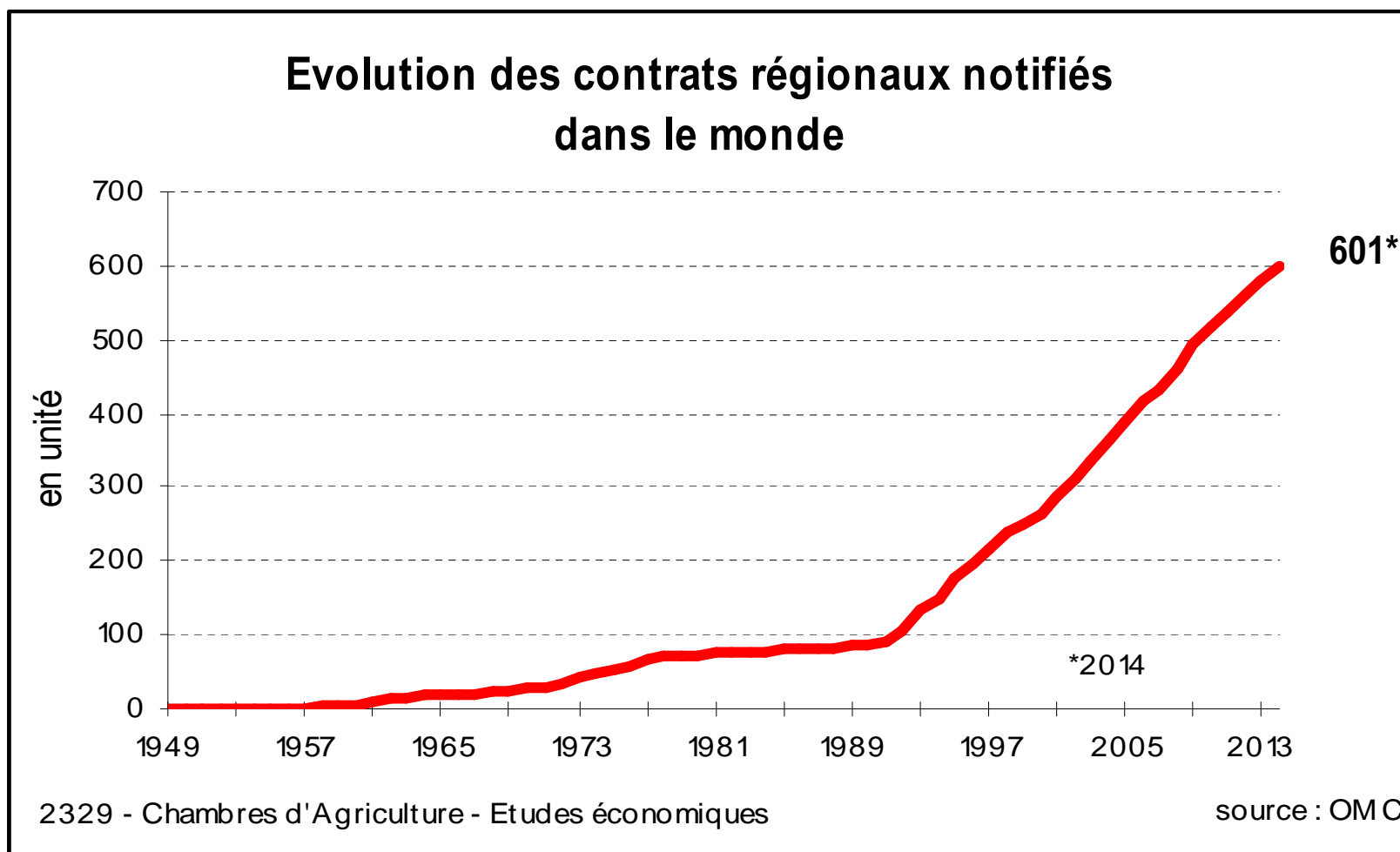
# Reconnaissance des signes de qualité dans les négociations commerciales : une pomme de discorde très ancienne

TERRES d'**a**VENIR

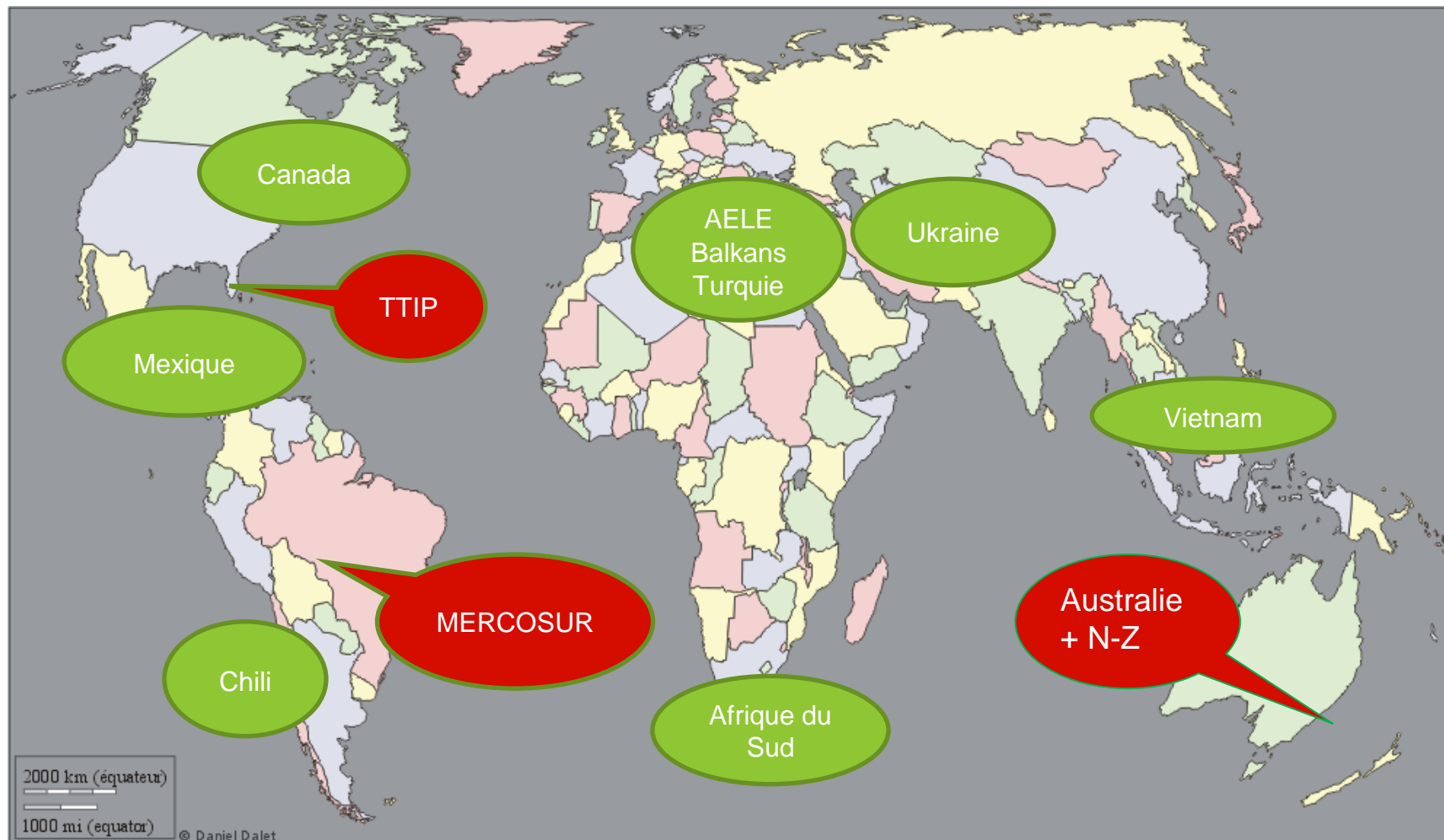
**a**GRICULTURES  
& TERRITOIRES  
CHAMBRES D'AGRICULTURE

**Thierry Pouch**  
APCA-DEAT-SERP  
URCA-REGARDS  
Académie  
d'agriculture  
Séance du 29 mars  
2017

# Nombre d'ACPr notifiés depuis 1949



# L'UE multiplie les accords préférentiels : un échantillon



# Des Accords de seconde génération

---



- Dans le secteur agricole, on négocie toujours le démantèlement des tarifs douaniers
- Supérieurs à ceux pratiqués pour l'industrie manufacturière, et en moyenne encore élevés dans l'UE
- Discordance entre les pays l'enjeu étant l'accès aux marchés
- Une dimension nouvelle est apparue : les produits sous signes de qualité sont intégrés dans les négociations commerciales (Barrières Non Tarifaires [BNT])
- Enjeux importants pour des pays comme la France et l'Italie, qui détiennent le plus de signes de qualité dans l'Union européenne, expliquant la pression qu'ils exercent durant les négociations
- France : berceau de la protection des IG (XIV<sup>e</sup> siècle, Loi du 6 juin 1919...)

# Les IG : un enjeu fondamental et ancien

---



- Un enjeu qui n'est pas nouveau : si les marchandises font l'objet d'un échange international, risque de contrefaçons et d'utilisations abusives, nécessitant une coopération internationale
- Convention d'Union de Paris (1883), l'Arrangement de Madrid (1891)...
- Annexe 1C de l'Accord instituant l'OMC, portant sur les aspects « droit de propriété intellectuelle touchant au commerce » (ADIPC), visant à protéger les IG nationales
- Tous les membres de l'OMC, quel que soit leur niveau de développement, ont obligation de protéger les IG contre la tromperie sur l'origine des produits et contre les actes de concurrence déloyale (reconnaissance internationale)
- Mais mondialisation : confrontation idéologique sur les IG, dernier domaine sur lequel il n'y a que très peu d'entente

# Une grande variété des systèmes de protection

---



- Les IG constituent des avantages compétitifs pour les firmes
- Accès aux marchés pour les producteurs de petite taille
- Pour les consommateurs : critère de sécurité alimentaire, identification de l'origine territoriale des produits
- IG comme instruments de développement rural
- Défendre une IG c'est défendre un territoire, un patrimoine commun (c'est un territoire qui est vendu, être > avoir)
- Lutter contre la dégénérescence des IG en dénomination génériques (signe ayant perdu sa signification géographique pour devenir un nom commun)
- Tensions régulières entre les USA (législation plus souple, respect de la marque) et l'UE (protection renforcée)
- USA ont estimé en 1999 que le règlement CEE 2081/92 était discriminatoire envers les IG non UE, et non conforme aux obligations de l'UE/ADPIC

# Accord sur les Mesures non Tarifaires : le CETA

---



- ✓ Le Canada s'est engagé à protéger sur son territoire certaines *Indications géographiques* (IG) supplémentaires, un protocole ayant déjà été accordé sur les vins et spiritueux
- ✓ La reconnaissance et la protection concernent 143 IG, dont 42 françaises couvrant ainsi de nombreux produits (parmesan, roquefort, feta grecque), fruits (pruneaux d'Agen), fruits de mer (huitres de Marennes-Oléron)...
- ✓ Critique : petit nombre retenu (sur quels critères?), au détriment de toutes les autres IG (3 000 en Europe, concentrées sur Italie et France)
- ✓ Première fois qu'un pays Nord-Américain reconnaît les IG européennes
- ✓ Les acteurs agricoles américains tentent d'empêcher la mise en application de cette partie de l'Accord, car si elle est effective, ils devront reconnaître les IG dans le TAFTA, et les produits américains vont être exposés à une concurrence sur le marché canadien

# Au fond, pourquoi tant de tensions autour des IG/AO?

---



- Si la question des IG/AO soulève autant de tensions, de controverses, c'est parce qu'elles illustrent la variété des logiques économiques
- Une transaction peut être régulée par la seule rationalité marchande (un bien, une marque)
- Une transaction peut tout autant être régulée par une rationalité identitaire, renvoyant à un patrimoine, à une liaison intrinsèque à un territoire, un savoir-faire...
- Le bien vendu est un bien particulier expression d'une communauté culinaire, agricole, enracinée, encastrée dans une culture préalable
- Bien qui est l'émanation d'un groupe, d'un territoire, impliquant la perpétuation des ressources et des membres qui les produisent/utilisent
- Bien marchand, bien patrimonial : deux finalités antagoniques sources de tensions



Merci pour votre attention !

---



**CETA** LE LIBRE-ÉCHANGE  
VA-T-IL CHANGER LES CHOSSES ?

