ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Valorisation de l'appellation « savon de Marseille »

Question écrite n° 6498

Texte de la question

Mme Valérie Oppelt alerte M. le ministre de l'économie et des finances sur la question des indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux (IGPIA), et notamment le cas de l'appellation savon de Marseille. Depuis 1830, la savonnerie de l'Atlantique fabrique du savon de Marseille, intégrant *de facto* , une part importante de l'histoire de ce produit à Nantes. Cette PME industrielle de 50 personnes, dotée de 2 sites, consacre 90 % de sa production au savon de Marseille. Elle fait également partie des deux plus grands producteurs français qui assurent 80 % de l'approvisionnement en matière première « savon de Marseille ». Son processus de fabrication respecte donc scrupuleusement les exigences imposées par les IGPIA, notamment un savoir-faire unique. Par ailleurs, loin de se limiter au seul aspect marketing, la savonnerie assure les consommateurs de la qualité de ses produits et de l'origine des matières premières *via* le label OFG (origine France garantie). Les IGP et IGPIA « à la française » correspondent à une zone typique, géographiquement réduite et donc à une production se voulant marquée historiquement. Or ces zones aux capacités de productions limitées peinent parfois à assurer la fourniture des distributeurs en dehors de leurs aires régionales. Dès lors, se pose la question de l'export et de la croissance de PME *made in France*. Face au succès croissant à l'export du savon de Marseille, identifié en tant que produit traditionnel France, il serait dangereux pour l'avenir de cette filière de la réduire à une petite zone géographique, et cela d'autant plus que la production purement marseillaise est très limitée et que les savons dits de Marseille sont fabriqués dans quelques savonneries en France sur la base d'un savoir-faire qui s'est depuis bien longtemps exporté au-delà du sud de la France. En conséquence elle lui demande si, comme en fait état la demande de la Savonnerie de l'Atlantique, l'extension de l'IGPIA à l'ensemble du territoire national, tout en continuant à respecter les conditions de fabrication du savon, ne serait pas bénéfique pour cette filière.

Texte de la réponse

Le dispositif des indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux (IGPIA) permet aux entreprises de protéger les produits industriels et artisanaux originaires d'une zone géographique ou d'un lieu déterminé et qui possèdent une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être attribuées essentiellement à cette origine géographique. Ainsi, lorsqu'il instruit la demande d'homologation du cahier des charges, l'institut national de la propriété industrielle (INPI) s'assure que les opérations de production ou de transformation, décrites dans le cahier des charges, ainsi que le périmètre de la zone ou du lieu, permettent de garantir que le produit concerné présente effectivement une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être essentiellement attribuées à la zone géographique ou au lieu déterminé associés à l'indication géographique. L'INPI vérifie également la représentativité des opérateurs, au sein de l'organisme de défense et de gestion, afin de garantir que certaines entreprises du territoire ne seraient pas exclues du bénéfice d'une IGPIA. Le « savon de Marseille » a fait l'objet de plusieurs demandes d'IGPIA actuellement en cours d'instruction par l'INPI, qui sont suivies avec attention par le ministère de l'économie et des finances. Quelle que soit la décision de l'INPI concernant une IGPIA « savon de Marseille », l'article L. 721-8 du code de la propriété intellectuelle prévoit que lorsque la dénomination d'une indication géographique contient le nom d'un produit

considéré comme générique, l'utilisation commerciale directe ou indirecte de ce nom générique par un tiers ne constitue pas une contrefaçon. Ainsi, dans le cas d'un produit désigné par un nom générique, les entreprises ne bénéficiant pas de l'indication géographique, peuvent continuer à utiliser ce nom et poursuivre leurs activités de production, transformation, distribution et vente de ces produits, sans restriction géographique. En revanche, ces entreprises ne peuvent pas apposer, sur leurs produits, le logotype relatif aux indications géographiques, dont l'usage est réservé aux seuls titulaires de l'indication géographique.

Données clés

Auteur : Mme Valérie Oppelt
Circonscription : Loire-Atlantique (2e circonscription) - La République en Marche
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 6498
Rubrique : Commerce et artisanat
Ministère interrogé : Économie et finances
Ministère attributaire : Économie et finances

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 20 mars 2018, page 2234
Réponse publiée au JO le : 1er mai 2018, page 3733