

| <b>Nom du demandeur: RONGEAD</b>  |                               |                            |   |   |   |
|---|-------------------------------|----------------------------|---|---|---|
| <b>Intitulé du projet: Projet de mise en place d'Indications Géographiques (IG) en Côte d'Ivoire à l'initiative de l'OIPI dans le cadre de la valorisation des produits agricoles et artisanaux par le système de la propriété intellectuelle</b>   |                               |                            |   |   |   |
| <b>Lieu de l'action</b>   | <b>Coût de l'action (EUR)</b> | <b>Rôle dans l'action:</b> | <b>Donateurs pour l'action (nom)</b>                  | <b>Montant de la contribution (du donateur)</b> | <b>Dates (de jj/mm/aaaa à jj/mm/aaaa)</b> |
| Côte d'Ivoire   | 8820 EUROS                    | Expert filières            | Office Ivoirien de la Propriété Intellectuelle - OIPI | 8820 EUROS                                      | Juin 2013                                 |
| <b>Objectifs et résultats de l'action</b>   |                               |                            |   |   |   |
| <p><b>Contexte</b><br/> L'OIPI (Office Ivoirien de la Propriété Intellectuelle) a sollicité RONGEAD pour effectuer une mission en Côte d'Ivoire dans le but de réaliser les fiches d'identification des produits artisanaux et agro-alimentaires de Côte d'Ivoire selon les critères de définition d'une IG.<br/> L'un des produits identifiés est <b>Le riz des Montagnes ou riz Tonkpi</b> dont il existe plus de 10 variétés cultivées dans la région du Tonkpi en Côte d'Ivoire, région de plateaux et colline. Les autres produits identifiés étaient le café des montagnes (café de Man), la mangue Kent de Korhogo et la poterie traditionnelle de Katiola.</p> <p><b>Activités</b><br/> La mission réalisée en juin 2013 par l'expert RONGEAD a permis les réalisations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les critères types des fiches d'identification et la méthodologie d'enquête terrain (enquêtes légères pour recueillir un premier niveau d'information)</li> <li>• Pré-identifier des groupements représentatifs et les principales parties prenantes</li> <li>• Prendre contacts avec les autorités nationales et locales, visites terrain</li> <li>• Pré-identifier les principaux points de blocages (délimitation géographique, potentiel marketing, organisation et implication des acteurs, capacités de contrôle...)</li> <li>• Rédaction des fiches</li> </ul> <p><b>Conclusion</b><br/> Les outils pour valoriser les produits agricoles doivent être adaptés aux spécificités de chaque filière. Les IG ont comme finalité première d'améliorer la commercialisation par la différenciation. Elles peuvent être un outil efficace qui "oblige" les acteurs de la chaîne de valeur (producteur-commerçants-consommateurs) à s'entendre autour de règles communes définies par eux-mêmes et non par un référentiel extérieur (comme les labels par exemple). Même s'il s'agit de niches économiques, cette promotion des IG en Afrique soutenue par l'OAPI (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle) dans le cadre du projet PAMPIG entre dans bien les objectifs de RONGEAD de faciliter la mise en marché tout en renforçant les communautés locales et en préservant l'environnement.</p> |                               |                            |   |   |   |