



Mai 2012

Note sur la démarche Pierre Fabre dans la filière argan au Maroc

Contexte

Le 29 avril 2012 à Agadir, Rencontres Solidaires Nord Sud (RSNS) et Pierre Johnson (Soleco) ont organisé une table-ronde dans le cadre de la 2^{ème} conférence sur la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Cette rencontre avait pour objet de réunir des chercheurs, des entreprises et des associations afin d'échanger sur les pratiques éthiques dans la filière argan au Maroc. Le cas de l'entreprise Pierre Fabre, à travers sa filiale Galenic, a suscité un vif intérêt de la part des participants.

L'argan

L'argan est un arbre qu'on ne trouve que dans une région du monde, la région de Sous Massa Drâa dans le Sud du Maroc, où l'arganeraie recouvre 800 000 ha. La culture de l'argan procurerait, directement et indirectement, du travail à 2 millions de personnes. Au Maroc, l'huile extraite de l'argan a des applications culinaires, cosmétiques et médicales ; elle est très utilisée en médecine traditionnelle. Depuis 1998, l'arganeraie est inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco au titre de la préservation de la biosphère.

La demande d'huile d'argan s'est fortement accrue sous l'effet des utilisations cosmétiques dans les années 2000. La France est devenue le principal importateur de cette huile dans le monde, un marché essentiellement porté par le secteur de la cosmétique et des grandes marques telles que L'Oréal et Pierre Fabre.

Les filières marocaines face aux mutations industrielles

Mais en aval de la filière, en réponse à la forte croissance de la demande de l'industrie cosmétique (à partir de 2004), des sites de transformation industrielle détenus par des opérateurs marocains ou européens se sont développés, avec pour effet une guerre des prix qui pèse lourdement sur les revenus des coopératives. Le prix de l'huile d'argan a été multiplié par 6 en 10 ans sans que les femmes travaillant en amont de la filière n'en retirent un bénéfice supplémentaire.

La marque Argane

Tout en se revendiquant d'une démarche exemplaire en termes de RSE, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique a déposé le 22 avril 1983, en France, la marque verbale « Argane » n°1234523 à l'INPI (classe cosmétique) puis l'a étendue à l'international. Cette protection lui permet d'attaquer toute entreprise qui souhaite commercialiser de l'huile d'argan sous une marque contenant le mot « argane ».

Pourtant, le 17 décembre 2010, le Tribunal de Grande Instance (TGI) de Paris a débouté Pierre Fabre Demo cosmétique de sa demande contre la société Clairjoie qui commercialisait ses produits sous la marque « Karité-Argane ». Les juges ont déclaré nul l'enregistrement de la marque Argane par Pierre Fabre du fait de l'absence de distinctivité de cette marque, se référant à un nom d'origine connu et décrit en France depuis le XIXe siècle. La société Pierre Fabre a décidé de faire appel de cette décision en janvier 2011.



Pour les entreprises marocaines, la valorisation de l'huile d'argan sur le marché européen et mondial relève d'un enjeu économique, social et environnemental primordial, subissant également la concurrence de nouveaux pays tels que la Chine ou Israël. Afin de protéger leurs filières, les principaux opérateurs et le gouvernement marocain ont travaillé durant deux ans à la création d'une Indication Géographique Protégée (IGP) pour l'huile d'Argan. L'Association Marocaine de l'Indication Géographique de l'Huile d'Argan (AMIGHA) a déposé le 14 octobre 2011 une demande d'enregistrement au sein de l'Union Européenne. Une seconde demande vise à faire reconnaître la double utilisation de l'huile, en tant que produit cosmétique et alimentaire.

Le groupe Pierre Fabre et sa filiale Galenic

Pierre Fabre en chiffres

- CA 2011 du groupe : 1919 Millions d'Euros dont 52 % à l'international et 52 % pour Pierre Fabre Dermo Cosmétique ;
- 10 000 collaborateurs répartis dans le monde entier dont 33 % à l'international ;
- 2ème laboratoire dermo-cosmétique européen en officine ;
- Principales marques : Galénic, Klorane, René Furterer, Avène, Pierre Fabre Dermatologie
- La filiale de Pierre Fabre, Galenic, commercialise 4 produits cosmétiques sous la marque Argane.

Enjeux identifiés

- **L'appropriation des connaissances traditionnelles**

D'un point de vue éthique et juridique (suivant les articles de la Convention sur la diversité biologique), le dépôt de la marque Argane par l'entreprise Pierre Fabre pose *in fine* la problématique de l'appropriation des connaissances traditionnelles et des savoir-faire des populations locales sur l'usage de leurs ressources génétiques.

- Sur la forme, le terme Argane est le nom communément utilisé au Maroc, par les marocains, pour désigner l'huile d'argan. Il relève donc d'un usage courant et du langage commun.
- Sur le fond, les procédés traditionnels de fabrication de l'huile d'argan et les savoirs qui en découlent ont été inventés par les femmes et hommes du Maroc depuis des centaines d'années. « C'est de la R&D non quantifiable, réalisée sur des siècles » (Pierre Johnson).

Nb : sur les 40 brevets déposés sur l'huile d'argan au Maroc, 4 sont détenus par Galenic.

Une des participantes marocaines à la table-ronde est indignée par l'absence de réaction de la société civile marocaine face au vol de l'authenticité marocaine : « *Il ne faut pas attendre que les Occidentaux plaident notre cause. On se met dans une situation de défense de l'utilisation de notre propre marque, c'est aberrant* ».

- ⇒ Si la décision du TGI de Paris est infirmée en appel, il serait pertinent d'organiser une campagne de dénonciation des pratiques de Pierre Fabre en s'appuyant sur les réseaux marocains et éventuellement d'autres réseaux militants (dans les secteurs de la RSE, de la biopiraterie et du commerce équitable).



- **La détention de la marque « Argane » par Pierre Favre**

D'un point de vue strictement juridique, la décision du TGI « *consacre le principe selon lequel une société ne peut tenter de s'octroyer un monopole sur un terme caractérisant le produit qu'il désigne en procédant à son dépôt* » (Me Vanessa Bouchara, avocate de la société Clairjoie). Si la décision est confirmée en appel, ce cas permettra :

- ⇒ d'informer les acteurs marocains de leur droit de commercialiser en France l'huile d'argan sur le nom Argane ;
- ⇒ d'appuyer la reconnaissance de l'IGP Argane au sein de l'Union Européenne ;
- ⇒ d'appuyer les producteurs en concurrence avec des multinationales qui déposent des marques sur des noms génériques (pratiques apparemment courantes dans le secteur cosmétique).

Pour tous contacts et informations complémentaires

Rencontres Solidaires Nord Sud – Eugénie Malandain

Eugenie_malandain@hotmail.com

Pierre Johnson – Soleco - Expert commerce et biocommerce équitable

contact@pierrejohnson.eu

<http://www.pierrejohnson.eu>

Eric Vidal – Expert indépendant

eric.vidal@no-log.org