MARQUEURS D'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

PANORAMA DES LABELS, SIGNES ET MARQUES

GUIDE PRATIQUE À DESTINATION DES ENTREPRISES

MEDEF COLLECTION
ACCOMPAGNER

Mouvement des Entreprises de France

MEDEF COLLECTION

PROPOSER
LA COLLECTION QUI RASSEMBLE LES PRISES DE POSITION OFFICIELLES DU MEDEF.

PARTAGER
LA COLLECTION QUI MET EN AVANT LES COLLABORATIONS DU MEDEF.

ACCOMPAGNER
LA COLLECTION QUI RÉUNIT LES GUIDES ET BONNES PRATIQUES DU MEDEF.

SOMMAIRE

POURQUOI UN GUIDE ? 5

COMMENT UTILISER CE GUIDE ? 6

LES NOTIONS ESSENTIELLES 8

LES SANCTIONS FINANCIÈRES 10

LES SANCTIONS NON FINANCIÈRES 15

LES AUTRES LEVIERS D'ACTION 15

LABELS ET MARQUES COLLECTIVES PRIVÉS TRANSVERSAUX ATTESTANT DE LA FABRICATION FRANÇAISE 16

SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (SIQO) 18

MARQUES COLLECTIVES RÉGIONALES GÉNÉRALISTES (LISTE NON FIGÉE) 20

SIGNES ET MENTIONS À NE PAS CONFONDRE AVEC UN SIGNE D'ORIGINE FRANÇAISE 22

ANNEXES 23



POURQUOI UN GUIDE ?

Valoriser l'origine française des biens et des services, c'est mettre en lumière la contribution des entreprises à l'économie nationale, ainsi que leur savoir-faire et leur ancrage territorial. Pour les professionnels, les marqueurs d'origine constituent des outils de différenciation et de valorisation de leur offre. Pour les consommateurs, ils ont vocation à fournir des repères utiles permettant d'éclairer leur choix.

Toutefois, la multiplicité des marqueurs d'origine française, dont les périmètres, les critères d'attribution et les modalités de contrôle diffèrent, peut brouiller la compréhension des garanties apportées. La référence à une origine géographique ne recouvre pas nécessairement les mêmes engagements d'un dispositif à l'autre. De même, un label ou une marque ne garantit pas systématiquement, à lui seul, l'origine française d'un produit ou service. Ces différences peuvent compliquer aussi bien la compréhension des consommateurs que le choix des entreprises souhaitant valoriser leur origine ou leur ancrage territorial.

Pour les producteurs français, pouvoir compter sur une demande locale fidèle constitue un enjeu essentiel pour pérenniser leur activité, investir et maintenir les emplois et les savoir-faire sur le territoire. Cette fidélité se construit par la confiance. En permettant aux entreprises de mieux faire connaître leurs engagements et aux consommateurs d'en comprendre la portée, les marqueurs d'origine peuvent contribuer à une relation plus transparente et favoriser des choix éclairés en faveur des produits fabriqués en France.

Cette dynamique peut participer à un cercle vertueux : une origine mieux comprise et valorisée peut soutenir la demande, laquelle contribue à conforter la production française, les emplois et la transmission des savoir-faire. Encore faut-il que les signes utilisés soient compréhensibles et que les engagements qu'ils représentent soient clairement expliqués.

Il n'existe aucun registre public unique centralisant l'ensemble des labels d'origine et des dispositifs équivalents. Le présent guide vient pallier ce manque en offrant un panorama des marqueurs utilisés en France pour valoriser l'origine géographique, la fabrication, les savoir-faire ou certaines caractéristiques françaises des biens et services à destination du consommateur. Il présente notamment des marques privées et territoriales, les signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO), les indications géographiques ainsi que les signes fréquemment confondus avec des marqueurs d'origines. Toutefois, des marques régionales ou sectorielles peuvent être créées, modifiées, fusionnées ou supprimées, et les conditions d'accès et les règlements d'usages peuvent également évoluer. Il convient donc de vérifier les informations auprès des organismes responsables avant toute démarche.

Le présent guide s'adresse aux professionnels qui souhaitent mieux comprendre la portée des différents marqueurs d'origine, comparer leurs conditions d'obtention et identifier les dispositifs adaptés à leur activité.

COMMENT UTILISER CE GUIDE ?

Les marqueurs d'origine ne répondent pas tous aux mêmes objectifs et ne reposent pas sur les mêmes exigences. Avant de choisir un dispositif, il est donc impératif de déterminer ce que l'entreprise souhaite valoriser et ce qu'elle est en mesure de démontrer.

1. DÉFINIR L'OBJECTIF DE LA DÉMARCHE

L'entreprise doit notamment chercher à valoriser :

- → l'origine géographique d'un produit ;
- → une fabrication réalisée en France ou dans une région déterminée ;
- → un savoir-faire artisanal ou industriel ;
- → une qualité particulière ou un mode de production spécifique ;
- → des engagements relatifs à un produit ou à un service ;
- → un ancrage territorial ou une appartenance à une filière.

2. IDENTIFIER LA NATURE DU SIGNE

Il convient de distinguer les signes officiels de qualité et d'origine, les indications géographiques, les marques privées, les marques collectives, les marques de garantie et les simples mentions commerciales. Leur portée juridique et les garanties qu'ils apportent peuvent différer.

3. EXAMINER LES CONDITIONS D'UTILISATION

Avant de s'engager, l'entreprise doit consulter le cahier des charges ou le règlement d'usage applicable. Elle doit notamment vérifier les critères géographiques, les étapes de production exigées, les modalités de contrôle, les frais éventuels, la durée de validité et les conditions d'utilisation du nom et du logo.

4. VÉRIFIER LES INFORMATIONS AUPRÈS DES SOURCES COMPÉTENTES

Les informations présentées dans ce guide constituent un point de départ pour orienter les recherches. Elles ne remplacent pas les textes réglementaires, les documents officiels ni les règlements d'usage à jour. En cas de doute, il est recommandé de contacter l'organisme gestionnaire du dispositif ou l'autorité compétente.



5. COMPARER LES DISPOSITIFS AVEC PRUDENCE

Deux signes qui semblent poursuivre le même objectif peuvent imposer des conditions différentes. Le choix doit tenir compte des caractéristiques du produit ou du service, de l'organisation de l'entreprise, des étapes de fabrication réalisées et de la valeur que le dispositif peut apporter aux clients.

Ce guide a pour vocation de faciliter cette première comparaison. Il ne constitue pas une garantie d'éligibilité à l'un des dispositifs présentés.

LES NOTIONS ESSENTIELLES

LABEL OU MARQUE

Une **marque** est un titre de propriété intellectuelle déposé : son titulaire peut interdire à quiconque de l'utiliser sans son autorisation, et en cas d'usage non autorisé, il peut agir en justice et la preuve est facilitée (voir « Les sanctions » *infra*).[1]

Un **label** n'est pas, en lui-même, un titre de propriété : c'est une démarche volontaire de valorisation reposant sur le respect d'un cahier des charges, qui n'est pas une catégorie juridique autonome, et qui peut s'appuyer sur un signe d'État (AOC, AOP, IGP, etc.), sur une marque déposée (Origine France Garantie, NF, etc.) ou n'être qu'une simple allégation libre (« Made in France », drapeau tricolore sur l'emballage).[2]



1. Code de la propriété intellectuelle, art. L711-1 et s. La marque est définie comme un signe propre à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale de ceux d'autres personnes physiques ou morales.
2. Code rural et de la pêche maritime, art. L640-2 et s. ; Code de la propriété intellectuelle, art. L721-1 et s. pour les indications géographiques protégeant les produits industriels et artisanaux.

MARQUE DE GARANTIE OU MARQUE COLLECTIVE

La **marque de garantie** (Origine France Garantie, AB, etc.) certifie une caractéristique du produit ou du service (origine géographique, mode de fabrication, qualité, matériaux). Cette garantie est ouverte à toute entreprise qui respecte le cahier des charges. Son titulaire doit rester neutre et ne pas être un acteur du secteur.[3]

La **marque collective** (Produit en Bretagne, Sud de France, etc.) atteste l'appartenance de son utilisateur à un groupement. Cette garantie est réservée aux membres du groupement et le titulaire peut être un acteur du secteur.[4]



3. Code de la propriété intellectuelle , art. L715-1 à L.715-5
4. Code de la propriété intellectuelle , art. L715-6 à L.715-10

VALEUR DE CERTIFICATION OU NON

Tous les marqueurs d'origine n'emportent pas nécessairement une certification de l'origine française du bien ou service. Par exemple, « Origine France Garantie » est une marque collective de certification garantissant qu'un produit est réellement fabriqué en France, à l'inverse de « Made in France » qui informe simplement que le produit a subi en France sa dernière « transformation substantielle », laquelle peut être résiduelle, en France.



INDICATION GÉOGRAPHIQUE

Une **indication géographique (IG)** identifie un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'un lieu déterminé, lorsque sa qualité, sa réputation ou une autre caractéristique est liée à cette origine, selon les conditions prévues par le régime applicable (couteau Laguiole, Dentelle de Calais, etc.). Ces indications bénéficient d'une **protection spécifique**,[5] d'une logique semblable à celle de la contrefaçon de marque : toute atteinte à une indication géographique industrielle ou artisanale engage la responsabilité civile de son auteur de plein droit, sans preuve de faute distincte à apporter. La protection couvre également **l'évocation** ou **l'imitation**, même en présence de notion corrective comme « façon » ou « type ».



5. Code de la propriété intellectuelle, art. L.722-1

CONTRÔLES ET SANCTIONS

Le marquage d'origine incorrect ou abusif d'un produit peut déclencher différentes actions : une action en contrefaçon, un contrôle de la DGCCRF pour tromperie ou un contrôle douanier. **Pour un même produit, ces actions sont cumulables**. L'annexe 1 fournit un tableau de synthèse.

MARQUE COPIÉE OU MAL UTILISÉE : LA CONTREFAÇON

Une **contrefaçon** est le fait de **reproduire, imiter ou utiliser sans autorisation une marque** (individuelle, de garantie ou collective), y compris lorsqu'il s'agit **d'apposer indûment un logo** (Origine France Garantie ou NF) **sur un produit non conforme**.[6]

SANCTIONS ENCOURUES

- **Par le volet civil** : le titulaire obtient réparation dès que l'atteinte est établie, **sans avoir à prouver le préjudice distinct** (différence majeure avec les autres sanctions).[7]

- **Par le volet pénal :** de **3 à 4 ans d'emprisonnement** et **300 000 à 400 000 €** pour les personnes physiques, selon que l'on est producteur/importateur (4 ans, 400 000€) ou simplement revendeur/utilisateur (3 ans, 300 000€)[8].

  → **Circonstance aggravante** : 7 ans et 750 000€ en cas de bande organisée, de vente en ligne ou de marchandises dangereuses pour la santé.

  → **Pour l'entreprise** : l'amende est **multipliée par 5 (jusqu'à 2 à 3,75 M €)** avec des **peines complémentaires** possibles : fermeture de l'établissement, interdiction d'exercer, confiscation des marchandises, publication de la décision aux frais de l'entreprise.

Qui peut agir ?

- Le **titulaire de la marque** peut agir devant le Tribunal judiciaire aussi bien au civil pour obtenir des dommages-intérêts mais aussi au pénal pour obtenir la condamnation du contrefacteur.

- Les **entreprises concurrentes titulaires d'une licence d'utilisation ou membre d'une marque collective** peuvent également demander une réparation de leur préjudice propre.

- Le **procureur de la République** met en mouvement l'action publique sur la plainte du tit ulaire ou de ses licenciés, ou à la suite d'un contrôle de la DGCCRF.

6. Code de la propriété intellectuelle, art. L.716-4
7. Code civil, art. 1240
8. Code de la propriété intellectuelle, art. L.716-9 et 716-10

SANCTIONS
POUR L'ENTREPRISE L'AMENDE EST

x5 jusqu'**2 à 3,75 M€**

Fermeture
de l'établissement

Interdiction
d'exercer

Confiscation
des marchandises

Publication de la décision
aux frais de l'entreprise

CONCURRENCE DÉLOYALE ET PARASITISME

Hors de toute marque déposée ou indication géographique enregistrée, un concurrent lésé peut agir sur le terrain du droit commun en **concurrence déloyale** (risque de confusion) ou **parasitisme** (profiter sans droit des investissements ou de la notoriété d'autrui). À la différence de la contrefaçon, il faut **prouver une faute, un préjudice et un lien de causalité entre les deux**. La sanction est purement indemnitaire (dommages-intérêts), sans volet pénal automatique.[9]

Qui peut agir ?

- Dans les deux cas, l'autorité compétente est le **Tribunal judiciaire**.
- L'**organisme de défense et de gestion** (ODG) titulaire de l'homologation de l'IG peut agir devant le Tribunal judiciaire.
- Tout **opérateur autorisé à utiliser l'IG** peut également agir pour la part de son propre préjudice devant le Tribunal judiciaire.

Sanction purement indemnitaire
sous forme de dommages-intérêts

9. Code civil, art. 1240

ORIGINE MENSONGÈRE : LA TROMPERIE

La tromperie est le fondement le plus directement applicable à un **marquage d'origine abusif**. Il s'agit d'une infraction intentionnelle nécessitant la mauvaise foi ou la négligence du professionnel. La loi vise expressément les mentions « **fabriqué en France** » ou « **origine France** » et tout signe ou symbole équivalent.[10]

SANCTIONS ENCOURUES

- Sanction : **2 ans d'emprisonnement et 300 000€ d'amende**[11]
- **Aggravation** à 5 ans et 600 000 € en cas de moyens frauduleux (faux documents, fausses mesures) et à 7 ans et 750 000 € **si la tromperie (ou sa tentative) a rendu le produit dangereux pour la santé**[12].
- **Pour une entreprise** : l'amende est **multipliée par 5, ou jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel** si ce montant est plus élevé, ce qui est souvent le cas pour les grandes entreprises.

POUR UNE ENTREPRISE L'AMENDE EST

x5 ou jusqu'10 % du CA

Qui peut agir ?

- S'agissant d'une infraction pénale, **le consommateur ne peut pas « poursuivre »** pénalement le professionnel devant un tribunal répressif ; il peut en revanche déposer plainte pour déclencher l'action.
- **La DGCCRF contrôle, dresse des procès-verbaux et transmet le dossier** au procureur de la République.
- **Le procureur de la République exécute le volet pénal**, sur plainte du consommateur ou à la suite d'un contrôle et une transmission du dossier par la DGCCRF.

SANCTION

2 ans d'emprisonnement — 300 000 € d'amende

AGGRAVATION

5 ans d'emprisonnement — 600 000 € d'amende

DANGER POUR LA SANTÉ

7 ans d'emprisonnement — 750 000 € d'amende

10. Code de la consommation, art. L.441-1
11. Code de la consommation, art. L.454-1
12. Code de la consommation, art. L.454-2 et L.454-3

PUBLICITÉ OU ARGUMENT COMMERCIAL TROMPEUR : PRATIQUE COMMERCIALE TROMPEUSE

Les dispositions relatives aux pratiques commerciales trompeuses s'appliquent à toute allégation, indication ou présentation **fausse ou de nature à induire en erreur**, et **susceptible d'influencer le comportement économique du consommateur,** lorsqu'elle porte sur l'origine du produit ou service notamment au regard des règles justifiant l'apposition des mentions « fabriqué en France » ou « origine France » ou de toute mention, signe ou symbole équivalent, au sens du code des douanes de l'Union sur l'origine non préférentielle des produits.[13]

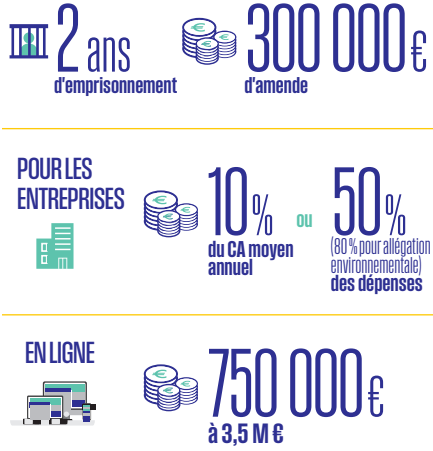
SANCTIONS ENCOURUES (PÉNALES)

- **2 ans** (portés à 3 ans ou 7 ans lorsque les pratiques commerciales trompeuses ont été suivies de la conclusion d'un ou de plusieurs contrats et lorsque ces pratiques ont été commises en bande organisée) **et 300 000 € d'amende**[14].
- **Pour les entreprises** : l'amende peut atteindre **10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, ou 50 % (80 % pour une allégation environnementale) des dépenses** engagées pour la pratique ou la publicité en cause.
- Depuis 2024, ces plafonds sont portés **à 750 000 € à 3,5 millions d'euros** lorsque la pratique est **commise en ligne**[15].

Qui peut agir ?

- Le **consommateur, devant les juridictions civiles**, dispose d'une voie de recours direct et peut agir individuellement pour demander l'annulation du contrat, réclamer des dommages-intérêts, ou se constituer partie civile.
- Le **concurrent**, qui peut assigner le professionnel devant le **Tribunal de commerce**.
- La **DGCCRF**, qui opère des **contrôles**, peut **enjoindre** au professionnel de se mettre en conformité ou **transmettre** les dossiers au procureur de la République.

SANCTIONS (PÉNALES)



13. Code de la consommation, art. L. 121-2, 2°, b à L.121-4
14. Code de la consommation, art. L.132-2
15. Code de la consommation, art. L.132-2

USURPATION D'UNE AOC, AOP OU IGP ALIMENTAIRE

L'utilisation frauduleuse d'une appellation d'origine protégée (AOP), d'une indication géographique protégée (IGP) ou d'une spécialité traditionnelle garantie (STG), ainsi que l'apposition d'une telle dénomination en la sachant inexacte ou toute présentation laissant croire à tort qu'un produit en bénéficie, sont interdites et puni de 2 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende.[16]

Qui peut agir ?

- **La DGCCRF peut contrôler les pratiques commerciales et les informations fournies aux consommateurs**. Selon les faits constatés, elle peut relever les infractions et transmettre les éléments aux autorités judiciaires compétentes.
- **D'autres acteurs habilités**, notamment les organismes de défense et de gestion des signes concernés, **peuvent également intervenir**.

SANCTIONS

2 ans d'emprisonnement

300 000 € d'amende

DÉCLARATION D'ORIGINE INEXACTE EN DOUANE

Toute fausse déclaration d'origine à l'import ou à l'export expose à la **confiscation de la marchandise** et à **une amende proportionnée à la valeur de la fraude**. Cette action **se cumule** notamment à la tromperie.[17]

Qui peut agir ?

- L'administrations des douanes (DGDDI) qui agit indépendamment de la DGCCRF.

SANCTIONS

CONFISCATION de la marchandise

AMENDE PROPORTIONNÉE à la valeur de la fraude

16. Code de la consommation, art. L. 432-4 et L.453-5

17. Code des douanes, art. R.515-5

LES SANCTIONS NON FINANCIÈRES

Perte du droit d'utiliser le label ou la marque : le titulaire ou l'organisme gestionnaire peut suspendre ou retirer l'autorisation d'utilisation lorsque les règles du dispositif le permettent (parfois avec effet sur les stocks déjà vendus).

Conséquence contractuelle : le non-respect d'engagements relatifs à l'origine ou à la conformité des produits peut entraîner des mesures prévues par un contrat de distribution ou par le règlement d'usage concerné.

Atteinte à la réputation : une information d'origine jugée trompeuse ou un contrôle défavorable peut fragiliser la confiance des consommateurs, des distributeurs et des partenaires commerciaux, et avoir des conséquences pour l'entreprise non conforme.

Mesures relatives aux produits : selon le cadre juridique applicable, des mesures de retrait, de rappel ou de mise en conformité peuvent être envisagées.

LES AUTRES LEVIERS D'ACTION

Saisine-contrefaçon : sur autorisation d'un juge, un commissaire de justice peut constater les faits et saisir les preuves chez le contrefacteur, avant même toute procédure au fond.

Intervention des douanes : les douanes peuvent bloquer des marchandises suspectées de porter atteinte à une marque ou une IG, sur simple demande du titulaire.

Mesures administratives : la **DGCCRF** peut intervenir, dans le cadre de ses compétences, pour contrôler les pratiques commerciales, demander une mise en conformité ou ordonner la cessation immédiate de la pratique, le retrait ou le rappel des produits ou la publication de la décision, sans attendre une décision de justice.

Action en nullité ou en déchéance devant l'INPI : pour faire tomber une marque obtenue ou utilisée de manière irrégulière.

LABELS ET MARQUES COLLECTIVES PRIVÉS TRANSVERSAUX ATTESTANT DE LA FABRICATION FRANÇAISE

LOGO[18] (Description)	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
ORIGINE FRANCE GARANTIE	**Origine France Garantie** (OFG) lien	Marque collective de certification, créée en 2010, garantissant qu'un produit (tous secteurs) est réellement fabriqué en France : est la plus exigeante des démarches privées transversales.	◥ Deux critères cumulatifs : → le lieu où le produit acquiert ses caractéristiques essentielles est situé en France ; → 50 % au moins du prix de revient unitaire est acquis en France. ◥ Délivré par l'association Pro France après audit par un organisme certificateur indépendant (Bureau Veritas).
Aucun logo officiel unique ; mentions textuelles libres apposées par le fabricant	**« Made in France »** **« Fabriqué en France »** **« Produit en France »**	Mentions d'origine douanière (« origine non préférentielle »), et non un label certifié par un tiers. Informent que le produit a subi en France sa « dernière transformation substantielle » au sens douanier, c'est-à-dire une transformation permettant l'obtention d'un produit nouveau ou correspondant à un stade de fabrication important.	◥ Règles d'origine non préférentielle du code des douanes de l'Union (règlement UE n°952/2013) : dernière transformation substantielle et économiquement justifiée réalisée en France. ◥ Contrôlé *a posteriori* par la DGCCRF et la DGDDI ; sanction des usages trompeurs (« conçu en France », « assemblé en France » n'offrent aucune garantie équivalente).
ACTEUR FRANCE terre textile LE LABEL DE LA FABRICATION FRANÇAISE	**France Terre Textile** (et déclinaisons régionales) lien	Label sectoriel créé en 2008 garantissant la fabrication française de produits textiles, filière par filière.	◥ Au moins 75 % des étapes de fabrication du produit textile réalisées en France. ◥ Audit par deux organismes indépendants (Institut Français du Textile et de l'Habillement, CETELOR).
EPV L'EXCELLENCE DES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT	**Entreprise du Patrimoine Vivant** (EPV) lien	Marque de reconnaissance de l'État distinguant des entreprises françaises à savoir-faire artisanal ou industriel d'excellence (label d'entreprise, non de produit).	◥ Dossier examiné par une commission nationale ; critères de savoir-faire rare, renommée ou ancienneté d'implantation. ◥ Label attribué pour 5 ans, renouvelable.

18. Les logos officiels étant des éléments graphiques protégés (marques ou emblèmes réglementés), ils sont décrits textuellement plutôt que reproduits. Leurs représentations exactes sont consultables sur les sites de l'INAO (**inao.gouv.fr**), de l'INPI (**inpi.fr**, **base-indications-geographiques.inpi.fr**) et des organismes gestionnaires respectifs.

LOGO[18] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
	**Service France Garantie** lien	Équivalent d'Origine France Garantie pour les prestations de services, créé en octobre 2020, garantissant un ancrage français de l'activité.	◥ Au moins 90 % de l'effectif salarié en contrat de travail de droit français. ◥ Siège social et immatriculation en France. ◥ Audit par un organisme tiers indépendant.
Logos sectoriels variés propres à chaque filière	**Marques collectives sectorielles** *(ex. Dentelle de Calais-Caudry, Joaillerie de France, Esprit de Thiers, Alliance France Cuir…)*	Valorisent la fabrication française dans une filière professionnelle précise (dentelle, joaillerie, coutellerie, cuir…).	◥ Cahiers des charges propres à chaque association professionnelle sectorielle. ◥ Implantation et savoir-faire filière en France. ◥ Contrôle variable selon l'association.

SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (SIQO)

LOGO[19] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION

PRODUITS MANUFACTURÉS ET ARTISANAUX (HORS ALIMENTAIRE) - INPI



Logo « Indication Géographique » (INPI), et depuis le 1er décembre 2025 le logo européen « IGP » commun aux IG artisanales et industrielles

Indication Géographique (IG/IGP) (industrielle et artisanale, dite « IG PIA »)

lien

Voir la Liste exhaustive des 24 IG industrielles et artisanales homologuées par l'INPI (à jour au 1er septembre 2026) en annexe 2.

Protège la dénomination d'un produit manufacturé ou artisanal dont une qualité, la réputation ou une caractéristique est liée à son origine géographique.

- Dépôt d'une demande d'homologation à l'INPI par un organisme de défense et de gestion (ODG) représentant les opérateurs.
- Cahier des charges précisant l'aire géographique et les étapes réalisées localement.
- Contrôle par un organisme tiers indépendant.
- Depuis le règlement UE 2023/2411 (en vigueur le 1er décembre 2025), transmission possible à l'EUIPO pour une protection IGP dans toute l'Union.

PRODUITS AGRICOLES, ALIMENTAIRES ET VITICOLES (SIGNE OFFICIELS D'ÉTAT) - INAO



Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)

lien

Protège, au niveau national, un produit (fromage, vin, cidre, etc.) dont les caractéristiques sont dues à son terroir d'origine.

Est l'étape préalable obligatoire avant la reconnaissance AOP pour les produits agricoles et alimentaires (les vins et spiritueux peuvent rester en AOC).

- Aire géographique délimitée.
- Toutes les étapes de production, transformation et élaboration sont réalisées dans cette aire.
- Respect d'un cahier des charges homologué par l'INAO.
- Contrôle par un organisme certificateur agréé.



Appellation d'Origine Protégée (AOP)

lien

Équivalent européen de l'AOC pour les produits agricoles et alimentaires ; protège dans toute l'UE un produit dont la qualité est essentiellement due au milieu géographique (facteurs naturels et humains).

- Lien exclusif avec le terroir.
- Production, transformation et élaboration dans l'aire géographique.
- Cahier des charges validé par l'INAO puis enregistrement par la Commission européenne.

19. Les logos officiels étant des éléments graphiques protégés (marques ou emblèmes réglementés), ils sont décrits textuellement plutôt que reproduits. Leurs représentations exactes sont consultables sur les sites de l'INAO (**inao.gouv.fr**), de l'INPI (**inpi.fr**, **base-indications-geographiques.inpi.fr**) et des organismes gestionnaires respectifs.

LOGO[19] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
	**Indication Géographique Protégée** (IGP) (agroalimentaire) lien	Protège un produit dont une qualité, la réputation ou une autre caractéristique est liée à son origine géographique, sans exiger que toutes les étapes soient réalisées dans la zone.	◥ Au moins une étape de production, transformation ou élaboration réalisée dans l'aire géographique délimitée. ◥ Cahier des charges. ◥ Contrôle par un organisme tiers indépendant.
	**Spécialité Traditionnelle Garantie** (STG) lien	Ne protège pas une origine géographique mais une recette ou un mode de production traditionnel (peu utilisée en France).	◥ Composition ou méthode de production traditionnelle et spécifique, utilisée depuis au moins 30 ans. ◥ Cahier des charges homologué.
	**IG Boissons spiritueuses** (Cognac, Armagnac, Calvados, Chartreuse…)	Régime spécifique d'appellation applicable aux eaux-de-vie et spiritueux, sur le même principe que l'AOC/AOP viticole.	◥ Aire géographique délimitée. ◥ Méthode de distillation et de vieillissement définie. ◥ Cahier des charges homologué par l'INAO. ◥ Contrôle par un organisme certificateur agréé.
	**Label Rouge** lien	Signe de qualité supérieure (et non d'origine géographique en tant que telle) ; peut être combiné à une IGP pour ajouter une garantie d'origine.	◥ Cahier des charges validé par l'INAO garantissant des caractéristiques gustatives supérieures. ◥ Contrôles réguliers par un organisme certificateur indépendant.
	**AB/Eurofeuille Agriculture Biologique** lien	Signe de mode de production (biologique) et non d'origine géographique. L'Eurofeuille indique, par un code, le pays de production (FR-BIO-xx pour la France).	◥ Respect du règlement européen relatif à l'agriculture biologique. ◥ Contrôle annuel par un organisme certificateur agréé.

MARQUES COLLECTIVES RÉGIONALES GÉNÉRALISTES (LISTE NON FIGÉE)

LOGO[20] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
	Produit en Bretagne lien	Marque collective bretonne (plus de 2 700 références) valorisant les entreprises qui produisent ou emploient en Bretagne.	◥ Cahier des charges de l'association Produit en Bretagne : production, transformation ou emploi significatif en région Bretagne. ◥ Démarche auto-gérée par l'association.
Aucun logo officiel	**Fabriqué à Paris**	Valorise les produits fabriqués dans Paris intra-muros, en particulier l'artisanat d'art.	◥ Fabrication effective dans Paris. ◥ Démarche portée par la Ville de Paris/ Chambre de métiers, auto-gérée.
	Produit en Île-de-France lien	Valorise les produits agricoles et agroalimentaires fabriqués en Île-de-France.	◥ Production ou transformation en Île-de-France. ◥ Cahier des charges de l'association régionale, auto-géré.
	Saveurs en'Or (Hauts-de-France) lien	Valorise les produits agroalimentaires fabriqués dans les Hauts-de-France.	◥ Production ou transformation en région Hauts-de-France. ◥ Cahier des charges de l'association régionale, auto-géré.
Aucun logo officiel	**Marque Savoie** lien	Valorise les produits fabriqués en Savoie et Haute-Savoie.	◥ Production ou transformation dans les départements savoyards. ◥ Cahier des charges de l'association, auto-géré.
	Sud de France (Occitanie) lien	Marque de reconnaissance créée en 2006 par la région pour les produits agroalimentaires et viticoles d'Occitanie.	◥ Production ou transformation en région Occitanie. ◥ Cahier des charges régional, contrôle variable selon filière.
	Nou La Fé (La Réunion) lien	Valorise les produits fabriqués à La Réunion.	◥ Production ou transformation à La Réunion. ◥ Cahier des charges de l'association locale, auto-géré.

20. Les logos officiels étant des éléments graphiques protégés (marques ou emblèmes réglementés), ils sont décrits textuellement plutôt que reproduits. Leurs représentations exactes sont consultables sur les sites de l'INAO (**inao.gouv.fr**), de l'INPI (**inpi.fr**, **base-indications-geographiques.inpi.fr**) et des organismes gestionnaires respectifs.

LOGO[20] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
Logos divers propres à chaque association	**Autres marques équivalentes recensées selon les régions et périodes** *(ex. Norsud, Terre d'Alpes, Goût de Normandie, Bienvenue en Corse…)*	Même logique de valorisation régionale que les marques ci-dessus, à une échelle infrarégionale, départementale ou filière. Création et disparition possibles au gré des initiatives locales.	◥ Cahiers des charges propres à chaque structure porteuse (association, chambre consulaire, conseil régional). ◥ Aucune procédure d'homologation publique commune.

SIGNES ET MENTIONS À NE PAS CONFONDRE AVEC UN SIGNE D'ORIGINE FRANÇAISE

LOGO[21] *(Description)*	NOM DU LABEL	UTILITÉ	CONDITIONS D'OBTENTION
CE	**Marquage CE**	N'indique ni une origine ni une qualité : atteste seulement la conformité du produit aux normes techniques, sanitaires et sécuritaires de l'Union européenne.	◥ Autodéclaration du fabricant (parfois avec organisme notifié pour certains produits). ◥ Aucun lien avec le lieu de fabrication.
Aucun logo : 3 premiers chiffres du code-barres EAN	**Préfixe de code-barres** (300 à 379)	Souvent cru à tort indicateur de fabrication française : en réalité il n'identifie que le pays d'adhésion de l'entreprise à l'organisme de codification, pas le lieu de fabrication.	◥ Aucune condition liée à l'origine réelle du produit. ◥ Un produit importé et reconditionné en France peut porter ce préfixe sans y avoir été fabriqué.
Logos et marques propres à chaque enseigne de distribution	**Marques de distributeurs à connotation régionale** *(ex. « Reflets de France » Carrefour, « Nos Régions Ont du Talent » E. Leclerc, « Saveurs de Nos Régions »)*	Marques commerciales privées appartenant à des enseignes de la grande distribution, évoquant le terroir mais ne constituant pas des labels certifiés d'origine française au sens juridique.	◥ Cahier des charges interne à l'enseigne, non homologué par un organisme public ni audité par un tiers indépendant selon les mêmes exigences que les SIQO.
BLEU BLANC CŒUR Pour la Terre, les animaux et les hommes	**Bleu-Blanc-Cœur** lien	Label agro-environnemental et nutritionnel relatif à l'alimentation animale (filière courte, oméga-3), et non un signe d'origine géographique française.	◥ Respect d'un cahier des charges nutritionnel et environnemental de la filière. ◥ Contrôle par l'association Bleu-Blanc-Cœur.
NF LA SÉRÉNITÉ CERTIFIÉE	**Marque NF** lien	Marque de certification volontaire de conformité à des normes françaises/européennes (qualité, sécurité, performance). Ne certifie pas une origine géographique.	◥ Respect d'une norme NF précise. ◥ Audits réguliers de l'usine et des produits par AFNOR Certification.

21. Les logos officiels étant des éléments graphiques protégés (marques ou emblèmes réglementés), ils sont décrits textuellement plutôt que reproduits. Leurs représentations exactes sont consultables sur les sites de l'INAO (**inao.gouv.fr**), de l'INPI (**inpi.fr**, **base-indications-geographiques.inpi.fr**) et des organismes gestionnaires respectifs.

ANNEXES

ANNEXE 1.
SYNTHÈSE DES SANCTIONS PRÉVUES

SITUATION	TEXTE	PERSONNE PHYSIQUE	ENTREPRISE
Marque copiée/mal utilisée	CPI, art. L.716-4 ; L.716-9 et L.716-10	3 à 4 ans/300 000 à 400 000 € (7 ans/750 000 € aggravé)	Amende multipliée par 5 (jusqu'à 3,75 M€)
Indication géographique usurpée	CPI, art. L.722-1	Contrefaçon civile automatique	Idem + dommages-intérêts
« Made in France » injustifiée	Code conso., art. L.441-1 et L.454-1 à 3	2 à 7 ans/300 000 à 750 000 €	Amende multipliée par 5, ou jusqu'à 10 % du CA
Publicité/allégation trompeuse	Code conso., art. L.121-2 et L.132-2	2 à 7 ans/300 000 à 750 000 €	10 % du CA (3,5 M € si en ligne)
AOC/AOP/IGP alimentaire usurpée	Code conso., art. L.432-4 et L.453-5	2 ans/300 000 €	Idem
Fausse origine en douane	Code des douanes, art. R.515-5.	Confiscation + amende proportionnée	Idem
Copie sans marque déposée (parasitisme ou concurrence déloyale)	Code civil, art. 1240	Dommages-intérêts (faute à prouver)	Idem

ANNEXE 2.
LES 24 IG INDUSTRIELLES ET ARTISANALES HOMOLOGUÉES PAR L'INPI (AU 1ER SEPTEMBRE 2026)[22]

INDICATION GÉOGRAPHIQUE	ANNÉE D'HOMOLOGATION	FILIÈRE/PRODUIT
Siège de Liffol	2016	Mobilier (siège)
Granit de Bretagne	2017	Pierre naturelle
Porcelaine de Limoges	2017	Céramique/arts de la table
Pierre de Bourgogne	2018	Pierre naturelle
Grenat de Perpignan	2018	Bijouterie
Tapis d'Aubusson	2018	Tapis/textile d'art
Tapisserie d'Aubusson	2018	Tapisserie/textile d'art
Charentaise de Charente-Périgord	2019	Chausson/textile
Pierres marbrières de Rhône-Alpes	2019	Pierre naturelle
Absolue Pays de Grasse	2020	Parfumerie
Pierre d'Arudy	2020	Pierre naturelle
Linge basque	2020	Textile
Poteries d'Alsace – Soufflenheim/Betschdorf	2022	Céramique
Couteau Laguiole	2022	Coutellerie
Argiles du Velay	2023	Céramique/matériaux
Pierre du Midi	2023	Pierre naturelle
Dentelle de Calais-Caudry	2024	Textile/dentelle
Pierre de Vianne	2024	Pierre naturelle
Bottes camarguaises	2024	Maroquinerie/chaussure
Pierre de Mareuil	2024	Pierre naturelle
Pierre de Paussac/Paussac-et-Saint-Vivien	2024	Pierre naturelle
Pierre de Fontbelle	2025	Pierre naturelle
Pierre de Limeyrat	2025	Pierre naturelle
Tournerie et tabletterie du massif du Jura	2025	Bois tourné

22. Source : **INPI, base-indications-geographiques.inpi.fr**
Au 1er septembre 2026, 15 de ces 24 dénominations sont déjà étendues au niveau européen sous le nouveau régime IGP artisanal et industriel ; les autres bénéficient d'un régime transitoire jusqu'au 2 décembre 2026 (**règlement UE 2023/2411, art. 70**).

NOTES

Mouvement des Entreprises de France

Mouvement des entreprises de France
55 avenue Bosquet - 75007 Paris
TéL. : 01 53 59 19 19

www.medef.com | MEDEF | @medef | MEDEF

NOVEMBRE 2026

Tous droits réservés - Dépôt légal : novembre 2026