

Le potentiel de la protection du rhum haïtien en tant qu'appellation d'origine

Johanny Stanley Joseph

Publié le 2 octobre 2025

<https://openeconomiclaw.com>

Résumé

La mondialisation, en standardisant les produits et en marginalisant les savoirs locaux, a opportunément renforcé l'enjeu stratégique des indications géographiques (IG). Celles-ci ne se réduisent pas à des simples dénominations géographiques, ces signes publics opèrent comme de véritables instruments juridiques et économiques de différenciation sur l'origine et sur la qualité. Il est donc nécessaire et instructif d'observer la traduction des indications géographiques en une articulation entre protection des consommateurs, valorisation des savoir-faire locaux et compétitivité économique. Leur consécration dans l'Accord sur les ADPIC illustre d'ailleurs assez bien la reconnaissance, au plan multilatéral, de leur rôle dans l'économie mondiale. L'on imagine bien comment cette protection pourrait renforcer la confiance des consommateurs et permettre aux rhums haïtiens d'accéder à de nouveaux marchés.

Entrées d'Index

Mots-clés : appellation d'origine, indications géographiques, protection, valorisation économique

Keywords: appellation of origin, geographical indication, protection, economic valorization

Plan de l'étude

I – La fonction de la protection

A- Quant aux consommateurs

B- Quant aux producteurs

II- La fonction de la valorisation

A- Au plan économique

B- Au plan culturel

Introduction

L' évolution contemporaine des échanges mondiaux illustre un mouvement profond de standardisation, qui tend à effacer les singularités locales au profit d'une uniformisation normative et commerciale^[1]. Ce phénomène est particulièrement marqué dans cet espace globalisé, où la circulation des biens et des savoirs immatériels est incessante. Dans ce contexte, la diversité culturelle et productive se trouve menacée par l'hégémonie des modèles industriels reproductibles à l'infini^[2]. On aurait tort de penser l'érosion des spécificités locales comme un phénomène neutre. C'est au contraire un schéma d'exception, où est entraînée la dilution des patrimoines immatériels et affaiblie la capacité des territoires à se distinguer. En réaction, une demande croissante d'authenticité, de différenciation et de traçabilité émerge^[3], traduisant une volonté de préserver les identités productives face à l'uniformisation.

C'est dans cette perspective qu'il y a lieu d'explorer les « indications géographiques », au sens que H. Ilbert donnait à ce thème, comme étant des instruments privilégiés^[4], qui prend sens dans son déploiement à la croisée des chemins entre économie et culture, apparaissant non seulement comme des outils de différenciation commerciale^[5], mais également comme des mécanismes juridiques structurants. La notion de « terroir », au cœur de ce dispositif, met en évidence l'articulation intime entre un milieu naturel, une communauté humaine et un savoir-faire historique, interaction qui fonde l'originalité et la typicité d'un produit. En cela, les appellations d'origine incarnent un paradigme juridique et économique, permettant de transformer en droit ce qui relève à l'origine de pratiques coutumières et d'une reconnaissance sociétale.

Mais c'est de façon beaucoup plus universelle que l'Accord sur les Aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (ADPIC) ait élevé les indications géographiques au rang de catégorie stratégique de la propriété intellectuelle. Ainsi, aux termes de son article 22, s'entendent-elles comme « des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique »^[6]. On le voit, l'importance attribuée à cette disposition, fruit des négociations intenses du Cycle d'Uruguay^[7], réside dans la reconnaissance de la valeur économique et commerciale d'une notion longtemps confinée au champ agricole. Dès lors, la protection juridique des indications géographiques n'est pas seulement une mesure défensive, elle est aussi un levier de compétitivité sur le marché international^[8].

Sans doute en viendrait-on à la jurisprudence européenne qui illustre de manière exemplaire cette fonction duale^[9]. Dans cet esprit même, elle a implicitement confirmé, à maintes reprises, que les indications géographiques ne sauraient être réduites à de simples dénominations géographiques, mais qu'elles constituent surtout des droits exclusifs, assortis d'une finalité de protection du consommateur. En outre, toute usurpation ou évocation susceptible de créer confusion ou de porter atteinte à leur réputation est prohibée, au nom de la réputation du signe et de la confiance des

consommateurs. Dans le prolongement, la CJUE précise que dans la mesure où ces dénominations sont juridiquement protégées, « elles doivent satisfaire aux objectifs de cette protection, en particulier à la nécessité d'assurer la sauvegarde des intérêts des consommateurs contre les dénominations susceptibles de les induire en erreur »^[10]. L'appellation devient ainsi une institution juridique, garantissant la sauvegarde d'intérêts collectifs, au-delà des intérêts purement privés des producteurs. Ce cadre doctrinal et normatif éclaire la situation haïtienne. Le rhum haïtien, reconnu à l'échelle internationale pour son unicité aromatique, ses caractéristiques organoleptiques distinctives et son ancrage territorial^[11], dépasse le statut de simple spiritueux pour s'affirmer comme patrimoine culturel immatériel. Il n'en demeure pas moins que son absence de protection juridique spécifique fragilise sa valorisation et l'expose à une concurrence déloyale.

En dépit des obligations issues de l'Accord sur les ADPIC^[12], Haïti ne dispose pas encore d'un régime national effectif de protection des appellations d'origine^[13]. L'on ne peut nier que la réputation du rhum haïtien repose ainsi sur un socle fragile, qui ne permet pas de transformer en rente juridique et économique cette notoriété internationalement reconnue.

La question est donc moins de savoir si la protection du rhum haïtien en tant qu'appellation d'origine est opportune, que de constater qu'elle constitue une nécessité stratégique : transformer une notoriété fragile en un droit opposable, articulant protection juridique et valorisation économique. Dans cette optique, l'expérience des appellations européennes – du Cognac ou du Rhum de la Martinique – offre des enseignements précieux, démontrant que la reconnaissance juridique permet d'ériger en ressource stratégique ce qui n'était, à l'origine, qu'un signe de la distinction empirique.

À l'heure où la mondialisation fragilise les productions typiques, l'instauration d'une appellation d'origine pour le rhum haïtien s'inscrirait dans une dynamique plus large, visant à protéger et à valoriser le patrimoine immatériel d'Haïti. Dans une approche prospective-fiction, il convient d'interroger les deux fonctions essentielles de l'appellation : celle de la protection **(I)**, garantissant l'intégrité et la réputation du produit, et celle de la valorisation **(II)**, qui en ferait un instrument de développement économique et culturel pour Haïti.

I – La fonction de protection

La protection du rhum haïtien, condition préalable à toute valorisation économique durable, s'ancre dans le respect des engagements internationaux issus de l'Accord sur les ADPIC. L'on a pu ainsi observer, parallèlement au développement des échanges mondiaux, l'émergence des pratiques de consommation, marquée par une attention croissante portée aux indications géographiques, désormais perçues comme des gages de qualité et d'authenticité. Ces signes officiels, qui relèvent d'un ordre économique, remplissent une fonction essentielle : celle de garantir la loyauté de l'information donnée au consommateur, en les préservant des dénominations trompeuses **(A)**. Parallèlement, ils confèrent aux producteurs une protection effective contre toute

usurpation, imitation ou exploitation abusive susceptible de détourner la réputation attachée à la dénomination **(B)**.

A – Quant aux consommateurs

Pour rendre compte de l'importance de la protection juridique des indications géographiques, l'on pourrait partir de la fonction cognitive et normative qu'elles remplissent pour le consommateur.

Dans le présent article, nous partons du principe que chaque produit couvert par une telle dénomination doit refléter, de manière fidèle et constante, son origine, sa qualité unique ou ses caractéristiques spécifiques^[14]. On comprend dès lors qu'il ne s'agit pas seulement d'informer : la protection juridique vient consacrer la confiance que le consommateur place dans le produit, érigée en bien immatériel opposable *erga omnes*, la perception de ce dernier devenant ainsi un véritable objet de droit. Il y a là l'opportunité de renforcer la crédibilité du produit aux yeux des consommateurs^[15].

L'appréciation de la portée de cette protection, selon toute vraisemblance, s'effectue au regard du public pertinent, à savoir le consommateur moyen et raisonnablement attentif^[16], qui achète un produit dont l'étiquetage fait mention de l'indication géographique. Ce consommateur est fondé à attendre que les caractéristiques particulières de ce produit soient inhérentes à son véritable lieu d'origine. L'indication opère ainsi comme un instrument de garantie : elle confère un garde-fou juridique, protégeant le consommateur contre tout risque de tromperie^[17] ou d'utilisation abusive de la dénomination.

On conçoit dès lors que, dans le contexte d'un marché mondial du rhum en croissance continue^[18], la possibilité d'usurpation ou l'utilisation abusive rend la mise en place d'un cadre juridique spécifique particulièrement urgente. Dans cet esprit encore, l'appropriation de l'appellation « Rhum haïtien » par des opérateurs économiques ne respectant pas le cahier des charges fragiliserait la confiance des consommateurs et détournerait, à leur profit, une réputation historiquement construite, souvent sur des produits de qualité inférieure.

Serait-il possible de définir la spécificité de l'appellation « Rhum haïtien » par un savoir-faire collectif transmis de génération en génération, et consommé ou reconnu par des publics variés, allant des marchés locaux aux espaces internationaux spécialisés dans la consommation des spiritueux (grand public) ? Dans ce cas, la notion même de protection est déjà soumise aux conditions les plus rigoureuses, celles qui assurent la sauvegarde un lien entre la dénomination et l'origine, sans compromettre le principe de libre concurrence et la liberté du commerce. Cette exigence se retrouve, en particulier, en matière de preuve.

Faute de jurisprudence haïtienne sur ce point d'ancrage, il est pertinent de se référer aux enseignements de la jurisprudence européenne, qui consacre une protection étendue des appellations d'origine. L'on observe que l'utilisation abusive directe ou l'évocation, fût-elle partielle, d'une appellation susceptible de créer confusion dans l'esprit du consommateur moyen, doit être sanctionnée^[19]. Comme l'illustre

l'arrêt *Manchego*^[20], la CJUE a ainsi rappelé que l'évocation indirecte suffit pour porter atteinte à la réputation de l'appellation protégée^[21].

Dans cette perspective, l'indication géographique « Rhum haïtien » remplirait une fonction essentielle : celle de garantir l'authenticité de l'origine et des caractéristiques particulières, en constituant un gage de qualité et d'authenticité. L'appellation deviendrait alors le vecteur du lien irréversible entre le rhum et son aire de production, et toute altération de ce lien devant être considéré comme juridiquement contestable.

En définitive, l'introduction d'un régime des indications géographiques en Haïti, conforme à l'Accord sur les ADPIC, permettrait de réserver l'usage de la dénomination « Rhum haïtien » aux seuls producteurs respectant le cahier des charges. Une telle exigence garantirait aux consommateurs que le rhum acquis répond à des conditions objectives d'origine et de qualité, tout en instaurant un rapport de confiance juridiquement garanti. Les usages abusifs, qu'ils émanent de producteurs locaux dévoyant les méthodes traditionnelles ou d'opérateurs étrangers, seraient ainsi limités. Ainsi, la fonction de protection à l'égard des consommateurs éclaire et justifie celle exercée en faveur des producteurs : garantir que la dénomination reflète effectivement l'origine et la qualité du rhum implique de conférer aux opérateurs légitimes un droit opposable contre toute usurpation ou utilisation abusive de l'appellation protégée.

B – Quant aux producteurs

La protection que confère l'indication géographique se distingue par essence du droit des marques, lequel repose sur l'appropriation individuelle d'un signe. Alors que la marque confère un droit privatif attaché à une seule entreprise^[22], l'indication géographique instaure un droit collectif, ancré dans un héritage immatériel constitué par des savoir-faire traditionnels et transmis au sein communauté déterminée^[23]. On comprend dès lors qu'elle ne saurait dès lors être réduite à un simple signe distinctif : en dépassant la fonction de désignation, elle érige un véritable patrimoine juridique, qui contraste avec les logiques monopolistiques propres au droit des marques.

Encore faut-il préciser que la dimension collective ainsi affirmée n'est pas de pure théorie. Elle constitue le fondement même de la fonction protectrice exercée au bénéfice des producteurs. Reconnaître aux seuls opérateurs légitimes un droit exclusif d'usage, c'est instituer un filtre normatif destiné à écarter les usurpations. En conséquence, ce droit établit une ligne de protection entre la légitimité ancrée dans l'aire géographique de production et l'appropriation illicite par des opérateurs extérieurs.

L'article 22, paragraphe 2, de l'Accord sur les ADPIC illustre ce mécanisme : il impose aux États membres de prohiber « l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui traduit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ». La lettre comme l'esprit du texte conduisent à prohiber autant l'utilisation directe et abusive d'une dénomination que son évocation suggestive, fût-elle partielle. Comme en matière d'appellation d'origine, l'usurpation doit être étendue largement, car ce qui

est en jeu n'est pas seulement une tromperie ponctuelle, mais la préservation même du lien irréversible entre l'origine et la qualité spécifique du produit.

Dans l'univers concurrentiel accrue, marqué par la standardisation des spiritueux^[24], la dénomination « Rhum haïtien » revêt une importance capitale. L'investissement consenti par les producteurs – en temps, en savoir-faire et en ressources – a permis de forger une réputation dont l'usurpation constituerait une appropriation illicite. Cette appropriation, en détournant la valeur immatérielle attachée à la dénomination, affecterait non seulement les revenus des producteurs, mais encore la crédibilité même du produit. L'absence, en Haïti, de tout cadre juridique de protection aggrave cette vulnérabilité, tant à l'échelle externe qu'interne. À l'extérieur, rien n'empêche aujourd'hui des opérateurs étrangers de revendiquer indûment l'appellation pour des rhums élaborés hors du territoire haïtien, au détriment de la réputation locale. À l'intérieur, le déficit normatif ouvre la voie à des pratiques concurrentielles déloyales, certains opérateurs contournant les méthodes traditionnelles de production, ce qui pourrait fragiliser la crédibilité du rhum haïtien. Ces deux configurations combinées dressent le portrait d'un patrimoine immatériel et culturel juridiquement vulnérable, exposé à une concurrence non régulée.

Le remède à cette fragilité réside dans l'institution du cahier des charges. Définissant les limites géographiques, intégrant les conditions pédoclimatiques, précisant les méthodes de fermentation et de vieillissement, il constitue l'instrument juridique par excellence^[25]. Par ce mécanisme, et au croisement du droit public – l'État encadrant et régulant – et du droit privé – les producteurs exerçant leur droit subjectif –, le régime des indications géographiques permet d'opposer à tout opérateur abusif une fin de non-recevoir juridiquement fondée. Le cahier des charges fixe ainsi la norme de production et matérialise juridiquement la spécificité du produit.

En somme, protéger la dénomination « Rhum haïtien » par l'indication géographique revient à protéger simultanément deux intérêts convergents. D'un côté, celui des consommateurs, assurés que le rhum acquis reflète fidèlement son origine et ses caractéristiques objectives. De l'autre, celui des producteurs, garantis que leur patrimoine immatériel et leurs méthodes traditionnelles ne seront pas dilués par des utilisations abusives.

Le droit, en réservant la dénomination « Rhum haïtien » aux seuls producteurs légitimes, consacrerait l'authenticité comme un capital stratégique. Cette réservation constitue la condition *sine qua non* de sa valorisation et de sa renommée sur la scène internationale.

II – La fonction de valorisation

Avec les considérations substantielles exposées ci-dessus, interférèrent aussi des données économiques et sociales propres au marché. La protection du rhum haïtien en tant qu'appellation d'origine n'est pas seulement une question juridique de labellisation, elle constitue un mécanisme fondamental d'appropriation et de différenciation. Il ne faut jamais perdre de vue que toute reconnaissance officielle de ce type transforme la perception d'un produit en lui conférant une valeur ajoutée qui

dépasse sa simple dimension matérielle. Celui qui s'engage dans une telle démarche mobilise non seulement des instruments économiques, mais aussi des ressources immatérielles liées à l'histoire, à la culture et à l'identité nationale.

On perçoit dès lors que la fonction de valorisation attachée à l'appellation d'origine du rhum haïtien pourrait se déployer selon deux dimensions complémentaires : d'une part, la valorisation économique **(A)**, qui consiste à transformer la réputation et la spécificité du rhum en avantages marchands, en revenus accrus et en compétitivité internationale ; d'autre part, la valorisation culturelle **(B)**, qui puise dans la mémoire collective, le patrimoine et les représentations symboliques pour faire du rhum haïtien un vecteur d'identité et de rayonnement.

A - La valorisation économique

Des raisons historiques et structurelles justifient que la valorisation économique du rhum haïtien suive aujourd'hui un itinéraire encore inachevé.

D'une part, ce produit occupe une place paradoxale : reconnu localement comme boisson identitaire, il demeure sous-exploité sur le marché international. On rappellera que le rhum haïtien – classé 89^e dans la catégorie « hard liquor » des grands exportateurs mondiaux – a généré environ 9,08 millions de dollars d'exportations en 2023^[26], alors même que sa consommation reste largement dominée par le marché domestique^[27].

D'autre part, la singularité de sa production, reposant sur un maillage de plus de 500 distilleries rurales^[28], lui confère une visibilité qui a conduit Haïti à se hisser à la sixième place du classement « Insider Monkey » des douze meilleurs producteurs mondiaux^[29].

Cette reconnaissance, bien qu'énigmatique, illustre la potentialité économique d'un produit dont les retombées demeurent fragmentées. Le rhum haïtien doit être lu comme un vecteur stratégique : il est à la fois un instrument de stimulation de la filière locale, un levier de différenciation internationale et un support de valorisation économique. La reconnaissance juridique de ce produit en tant qu'appellation d'origine instituerait en effet un véritable écosystème de valeur, où réputation, authenticité et spécificité se convertiraient en richesse tangible. Ainsi chaque étape – de la culture de la canne à sucre jusqu'à la commercialisation – pourrait être associée à une redistribution de la rente immatérielle. C'est à cette évidence qu'on se rend lorsqu'on admet que ce signe de qualité permet de garantir une répartition équitable des bénéfices le long de la chaîne de production^[30].

De ce point de vue essentiel, on peut affirmer que la protection juridique modifie profondément l'équation économique : l'origine se transforme en ressource stratégique, la typicité acquiert la force d'un droit collectif, la réputation devient une rente opposable. Affirmant ce fait, le signe distinctif ne se réduit pas à un outil de marketing, il s'impose comme un instrument de puissance économique, apte à relier durablement le territoire haïtien à l'économie-monde. C'est là qu'on voit apparaître la confirmation par l'expérience d'autres modèles, tels que le Cognac ou le rhum de la

Martinique, qui attestent que l'appellation d'origine accroît l'attractivité commerciale et stimule la création d'emplois.

En Martinique, le rhum agricole représente près de 89% de la production (88 827 HAP sur 100 795 en 2022), dont la quasi-totalité est destinée à l'exportation (72 503)^[31]. La valeur de ces exportations s'élève à 23,6 millions d'euros^[32], et la stabilité relative de la production en 2023 illustre la fonction de l'AOP comme un instrument de résilience économique. La filière génère plus de 2 200 emplois directs et indirects^[33], couvrant l'ensemble du cycle productif, de la culture à la distribution.

De son côté, le Cognac démontre la force de cette dynamique à une échelle beaucoup plus vaste : en 2022, 212,5 millions de bouteilles ont été exportés pour une valeur de 3,9 milliards d'euros, assurant le soutien de plus de 72 000 emplois^[34].

Lorsque l'on regarde en détail les chiffres, nombre d'indicateurs expriment en effet que l'appellation d'origine constitue un facteur de légitimité, de prestige et de résilience économique.

Il est remarquable que l'absence d'une telle protection en Haïti révèle alors une carence institutionnelle : la qualité du rhum n'est pas en cause, mais son authenticité demeure diffuse et la rente immatérielle se dilue, faute de cadre collectif de captation de la valeur. Le modèle de l'appellation, transposé avec les adaptations nécessaires, permettrait au rhum haïtien de s'inscrire dans une véritable politique publique de souveraineté économique. Ainsi, la valorisation économique de ce produit ne saurait être envisagée comme une hypothèse théorique : elle constitue une potentialité objectivement mesurable, dont l'expression la plus tangible résiderait dans la conquête de nouveaux marchés d'exportation. Il s'agit de ce que l'on pourrait qualifier de « gage d'exportation »^[35], qui serait le résultat des qualités gustatives et aromatiques du rhum, jouissant en amont d'une réputation localement reconnue. L'on peut donc bien imaginer qu'en transformant l'origine et la typicité en gage de qualité certifié, l'appellation donnerait au rhum haïtien une visibilité accrue et des parts de marché renforcées, là où l'authenticité et la provenance orientent de plus en plus les choix des consommateurs^[36].

Dans cette même optique, un autre registre de valorisation, complémentaire et indissociable, est celui de la « valorisation culturelle ».

B – La valorisation culturelle

Pour envisager la réception juridique et sociale du processus de valorisation culturelle du rhum haïtien, il convient de partir des représentations portées par les producteurs eux-mêmes, relayées par les acteurs institutionnels qui accompagnent cette dynamique. L'on retrouve, à travers les discours et les pratiques^[37], une constante consistant à situer le rhum non seulement dans une logique marchande, mais également dans un registre identitaire, patrimonial et symbolique. De la même manière que l'ethnographie du vin nature met en évidence l'articulation entre pratiques agricoles, choix techniques et rapport au vivant^[38], l'anthropologie du rhum haïtien révèle une inscription profonde du produit dans un environnement social et

rituel^[39], où le geste du distillateur va au-delà de la simple production matérielle pour rejoindre une dimension de transmission culturelle.

De toute évidence, et toutes proportions gardées, la valorisation du rhum ne saurait être réduite à l'apposition d'un label de qualité ou à l'octroi d'un signe distinctif : il s'agit d'appréhender le produit comme un espace d'interactions réciproques entre savoir-faire traditionnels, contraintes naturelles et aspirations sociétales. Le rhum haïtien, issu de la canne cultivée sur des terroirs spécifiques, se définit par la mise en œuvre de procédés qui, tout en étant techniquement adaptables, demeurent fortement marqués par l'historicité des pratiques. L'on pourrait alors tenter, par analogie avec les réflexions suscitées par les vins dits « naturels »^[40], de s'interroger sur le caractère « authentique » du rhum haïtien, entendu comme présence mesurée et respectueuse des rythmes propres à la matière, correspondant à la figure d'un produit « culturellement naturel », façonné autant par la main de l'homme que par l'environnement qui l'accueille.

De cette conception découle une première tension juridique : comment qualifier et protéger un produit dont la valeur ne se limite pas à ses propriétés organoleptiques, mais réside dans un ensemble de représentations collectives relevant du patrimoine immatériel ? La question serait d'autant plus significative que le droit positif, notamment en matière de propriété intellectuelle, repose encore largement sur une approche objectivante, attachée aux caractéristiques du produit, tandis que la revendication portée par les producteurs de rhum haïtien viserait à consacrer une identité partagée, irréductible à une norme technique.

L'analyse de cette valorisation culturelle ne peut non plus éluder la dimension territoriale et communautaire qui sous-tend l'appellation d'origine. Le rhum haïtien, s'il était inscrit dans un cadre normatif spécifique « AO », ne serait pas seulement défini par le lieu de production, mais aussi par l'ensemble des pratiques, savoir-faire et usages qui y sont attachés. L'on observerait ainsi une corrélation directe entre la fixation juridique de ces critères et la capacité des producteurs à préserver l'authenticité du rhum, dans le respect d'une tradition traversant les générations. Cette codification normée pourrait transformer le rhum en vecteur de mémoire culturelle, rendant tangible ce qui, auparavant, relevait de l'implicite et de la culture, et conférant au rhum une valeur excédant largement le simple marché : il deviendrait un marqueur identitaire, un instrument de reconnaissance sociale et culturelle, et un support de fierté nationale.

L'on trouve également, dans cette juridicisation, une stratégie de résistance face aux pressions de la mondialisation et de la standardisation des spiritueux. En protégeant les méthodes de productions, les pratiques culturelles et les critères de qualité, l'appellation d'origine empêcherait la dilution de l'identité du rhum haïtien et la perte progressive des savoir-faire locaux. Le législateur, en structurant ces critères, ne se limiterait pas à sécuriser la qualité du rhum, mais participerait à la conservation d'un patrimoine immatériel vivant, qui relierait le territoire, les producteurs et communauté locale. Il s'agit d'un mécanisme par lequel la loi opère une véritable traduction culturelle en droit, en donnant aux pratiques traditionnelles une force normative et une visibilité internationale.

Nous dessinons là un modèle de protection juridique, qui peut contribuer à renforcer la position du rhum haïtien sur la scène internationale. Chaque bouteille, estampillée « Rhum haïtien », pourrait devenir, par sa conformité éventuelle à l'appellation d'origine, un ambassadeur de la culture nationale, portant avec elle non seulement l'histoire d'un produit, mais celle d'un peuple et de ses pratiques. L'on pourrait alors affirmer que la protection juridique de la dénomination « Rhum haïtien » dépasserait la dimension économique : elle installerait le produit comme un symbole de l'identité haïtienne, un vecteur de diplomatie culturelle et une garantie que les pratiques ancestrales continueraient d'être reconnues, valorisées et transmises.

Pour finir, nous rappellerons que, dans la continuité de la normalisation et de la certification, c'est l'étape de la labélisation qui peut offrir un levier décisif pour la valorisation. L'on pourrait alors envisager le rhum haïtien comme un objet de savoir, d'histoire et d'économie, où traditions locales et exigences contemporaines de reconnaissance internationale se croisent.

Une perspective à méditer pour imaginer l'avenir durable de cette appellation et la concrétisation, sous une forme ou sous une autre, de sa dimension culturelle et patrimoniale.

Notes

[1] R. Holton, *Globalization's Cultural Consequences*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 570 (1), pp. 140-152.

[2] Ibid.

[3] A. Tregear., F. Arfini., et al., *Regional foods and rural development: The role of product qualification*, Journal of Rural Studies, 23 (1), pp. 12-22.

[4] H. Ilbert, *Le marquage des terroirs par les indications géographiques : politiques internationales et stratégies nationales en Méditerranée*. Séminaire international sur les produits de terroir, les indications géographiques et de le développement local durable des pays méditerranéens, 2008, pp. 121-134. Hal-02192759

[5] A. Scudeller., *Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens*, Montpellier : CIHEAM, 2009, pp. 67-71.

[6] Art. 22 Accord sur les ADPIC.

[7] J. S. Joseph., *La protection juridique des indications géographiques et son avantage pour le développement d'Haïti*, thèse de doctorat, Université de Bordeaux, IRDAP, 2024, p. 15.

[8] Ibid., p. 16.

[9] CJCE, 20 février 1975, *Commission européenne c/ République Fédérale d'Allemagne*, aff. 12/74.

[10] Ibid., point 7.

[11] L. Fahrasmane., B. Ganou-Parfait and A. Parfait, *Research note: Yeast flora of Haitian rum distilleries*, Mircen Journal 4, 1988, pp. 239-241. <https://doi.org/10.1007/BF01301954>

[12] Art. 1^{er} de l'Accord sur les ADPIC : « Les Membres donneront effet aux dispositions du présent accord ».

[13] J. S. Joseph., *op.*, *cit.* p. 20.

[14] À la lumière des dispositions de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC.

[15] Considérant 19 du règlement (UE) n° 2024/1143.

[16] R. Raffray, « Le consommateur moyen de vin et la technique du standard : Essai de synthèse de droit français », *Open Economic Law*, (4). <https://doi.org/10.20870/owl.2024.8005>

[17] CJUE, 9 septembre 2021, *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne c/ GB*, aff. C-783-19, point. 4 ; CJCE, 20 février 1975, *Commission européenne c/ République Fédérale d'Allemagne*, aff. 12/74, point.1.

[18] T. W. Mangwanda, J. B. Batley, et al., *Comprehensive Multi-Scale Optimisation of Rum Fermentation*, *Beverages*, 2025, 11 (1), 17. <https://doi.org/10.3390/beverages11010017>

[19] CJUE, 14 juillet 2011, *BNIC c/ Gust. Rademacher*, aff. C-4/10 ; CJUE, 26 février 2008, *Commission c/ Allemagne (Parmigiano Reggiano)*, aff. C-132/05.

[20] CJUE, 2 mai 2019, *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego c/ Industrial Quesera Cuquerella SL*, aff. C-614/17.

[21] *Ibid.*, point 35.

[22] À la lecture combinée des dispositions de l'article 15, par. 1, de l'Accord sur les ADPIC et l'article 1^{er} de la loi du 17 juillet 1954 sur l'enregistrement et les cessions des marques de fabrique ou de commerce.

[23] R. Salvi, « Les appellations d'origine en héritage : une AOP se transmet-elle ? Le cas des appellations d'origine fromagères franc-comtoises », *Transversales*, 2022, 21. Hal-03726462

[24] C. Emlinger, V. Lamani, *International trade, quality sorting and trade costs: the case of Cognac*, *Rev. World Econ*, 2020, 156, pp. 579-609; K. Anderson, G. Meloni and J. Swinnen, *Global Alcohol Markets: Evolving Consumption Patterns, Regulations, and Industrial Organizations*, *Review of Resource Economic*, 2018, vol. 10, pp. 105-132.

[25] F. Robbe, « Le cahier des charges, support juridique des signes de qualité », *RD rur.* 2011, n° 396.

[26] Observatory of Economic Complexity (OEC), *Hard Liquor Exports of Haiti*, 2022, consulté le 20 septembre 2025, disponible sur : <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/hard-liquor/reporter/hti>

[27] FAO, *Rapport sur la filière canne à sucre et spiritueux en Haïti*, Rome : FAO : <https://www.fao.org/3/i7278f/i7278f.pdf>

[28] Atlas Obscura, *Clairin : Haiti's traditional rum*, 2022 : <https://www.atlasobscura.com/foods/clairin-rum-haiti>

[29] S. Khalid, *12 Countries that produce the best rum in the world*, Insider Monkey. <https://www.insidermonkey.com/blog/12-countries-that-produce-the-best-rum-in-the-world-1200843>

[30] J. Frayssignes, « Les AOC dans le développement territorial. Une analyse en termes d'ancrage appliquée au cas français des filières fromagères », *Ruralia*, 2007, vol. 20.

[31] Institut d'Émission des Départements d'Outre-Mer (IDEOM), *Rapport annuel économique*, Martinique, 2022, pp. 100-101.

[32] World Integrated Trade Solution (WITS)/Comtrade, Martinique – Exports, HS 2208.40 “Rum and Tafia”, Washington DC: World Bank. <https://wits.worldbank.org/countrysnapshot/en/MTQ/textview>.

[33] CODERUM, (s.d.), *Filière canne-sucre-rhum en Martinique*. <https://www.coderum-martinique.com/>

[34] Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC), « Cognac : après une période exceptionnelle, une normalisation des expéditions en 2022 et des ambitions réaffirmées », 2023. URL: <https://www.cognac.fr/presse/cognac-apres-une-periode-exceptionnelle-une-normalisation-des-expeditions-en-2022-et-des-ambitions-reaffirmees/>

[35] J. S. Joseph., *op.*, cit. p. 55.

[36] Ibid., p. 57.

[37] H. Mbolidi-Baron, « Le rhum agricole et son rôle identitaire en Martinique », *Ageconsearch*, Research In: Agricultural & Applied Economics, 2005, pp. 1-11.

[38] V. R. Raffray, « L'identité juridique du vin naturel (I) », *Open Wine Law*, (4). <https://doi.org/10.20870/owl.2024.8075>

[39] J. Vadala, *A divine brew: Alcohol in Haitian Vodou and Yucatec Mata ritual*, Human Relations Area Files (HRAF), 2016. URL: <https://harf.yale.edu/a-divine-brew-alcohol-in-haitien-vodou-and-yucatec-maya-ritual>

[40] R. Raffray, « L'identité juridique du vin naturel (I) », *art.*, *préc.*

Référence électronique

Johanny Stanley Joseph, « Le potentiel de la protection du rhum haïtien en tant qu'appellation d'origine », *Open Economic Law*, [En ligne], 10 | 2025, En ligne le 2 octobre 2025. URL : <https://openeconomiclaw.com>

Auteur

Johanny Stanley Joseph

Johanny Stanley Joseph est professeur à l'Université d'État d'Haïti (UEH) ainsi que chercheur associé au Centre de Recherche en Droit Économique. Après avoir soutenu sa thèse de doctorat en droit privé à l'Université de Bordeaux (France) en 2024 sur « La protection juridique des indications géographiques et son avantage pour le développement d'Haït », il poursuit ses recherches sur la protection des droits de propriété intellectuelle, avec une attention particulière aux mutations induites par l'intelligence artificielle et à leurs implications sur les régimes nationaux et internationaux.

johannystanley1987@gmail.com