Étude de cas 30

Protection des droits de propriété intellectuelle : la marque Toi Iho en Nouvelle Zélande

En 2002, le Māori Arts Board of Creative New Zealand (Conseil des arts maoris de Creative New Zealand) a lancé la marque toi iho™, afin de garantir la qualité et l’authenticité de l’art maori. Dès 1936, Sir Apirana Ngata, éminent homme politique et avocat maori, avait imaginé le concept d’une marque maorie garantissant la qualité et l’authenticité. Cette idée fut de nouveau examinée par le Conseil maori en 1964 mais ne vit le jour qu’en 2002, lorsque la marque fut créée conformément aux directives de la présidente de Te Waka Toi, Elizabeth Ellis, d’un groupe d’artistes maoris et d’une série de *hui* nationaux (réunions), avec le soutien de Creative New Zealand. La communauté maorie a ainsi été très impliquée dans le processus, véritable « initiative par et pour les Maoris ».

Creative New Zealand a déposé quatre marques : toi iho™ Māori Made ; toi iho™ Mainly Māori ; toi iho™ Māori Co-production ; et toi iho™ Licensed Stockist. Les marques indiquent aux consommateurs que les produits sont de bonne qualité et que le créateur du produit est d’origine maorie ou essentiellement d’origine maorie ou que le produit est le fruit d’une collaboration entre Maoris et non Maoris. Les marques ont été créées en raison des inquiétudes exprimées par le peuple maori concernant la protection des droits de propriété culturelle et intellectuelle, l’utilisation détournée ou abusive des concepts, des styles et des images maoris, et l’insuffisance des avantages commerciaux revenant aux Maoris. Quelque 250 artistes maoris spécialistes de la mode, de l’architecture, du dessin industriel et du graphisme ont commercialisé leur production sous la marque, à l’issue d’une longue procédure exigeant des artistes qu’ils établissent que leurs œuvres ont déjà figuré dans des galeries et des expositions et qu’elles sont « authentiques », et qu’ils sont eux-mêmes maoris[[1]](#footnote-1).

#### La communauté maorie s’approprie la marque

En 2009, cependant, Creative New Zealand décida de ne plus investir dans la gestion et la promotion de ces marques déposées. En s’appuyant sur des études de marché et sur les réactions des artistes, Creative New Zealand affirma que, même si certains artistes utilisaient activement toi iho™ pour promouvoir leurs œuvres, les artistes maoris qui connaissaient un grand succès sans référence à cette marque étaient beaucoup plus nombreux. Ainsi, les marques « n’avaient pas tenu leurs promesses et n’avaient pas permis aux artistes et aux revendeurs patentés d’augmenter les ventes d’art maori ». Creative New Zealand informa donc les artistes et les revendeurs enregistrés sous la marque toi iho™ de son intention de mettre fin à leur utilisation de ces marques.

Cette décision ne fut cependant pas du goût de tous les artistes maoris. Parmi eux, Suzanne Tamaki, artiste maorie spécialisée dans les costumes et les bijoux, contesta les arguments mis en avant pour l’abandon des marques, expliquant que son statut d’artiste toi iho lui avait procuré des avantages non seulement en termes de marketing et de professionnalisme, mais aussi en lui permettant de faire partie d’un groupe d’artistes maoris : « [toi iho] est fédérateur pour les artistes et nous évite de faire nos trucs chacun dans son coin dans la confusion la plus complète. C’est fédérateur, cela nous rapproche »[[2]](#footnote-2).

La communauté maorie lança donc une campagne pour reprendre les marques créées par Creative New Zealand. Comme le déclara Elizabeth Ellis, artiste maorie renommée et membre du Conseil d’administration de la Arts Foundation of New Zealand (Fondation des arts de Nouvelle-Zélande), qui avait été très impliquée dans cette initiative : « Pour nous, Maoris, [toi iho] est une entité vivante, un symbole de la créativité maori et une initiative positive garantissant la haute qualité de l’art maori. Rien à voir avec un projet bureaucratique dont on se débarrasse d’un revers de main »[[3]](#footnote-3).

En mai 2010, les marques toi iho ont donc été transférées de Creative New Zealand, entité subventionnée par l’État, à une nouvelle entité appartenant aux Maoris, la Transition Toi Iho Foundation (TTIF), agissant en qualité de mandataire de la nouvelle entité juridique qui sera créée ultérieurement[[4]](#footnote-4).

1. . ‘TOI IHO, une marque qui signifie l'excellence dans l'art maori, doit être récupéré par les Maoris:   
   http://www.newswire.co.nz/2010/02/maori-save/ [↑](#footnote-ref-1)
2. . *Ibid* [↑](#footnote-ref-2)
3. . Ellis, *ibid*. [↑](#footnote-ref-3)
4. . « Toi Iho in Māori Control (Finally!) », 22 mai 2010 : <http://news.tangatawhenua.com/archives/5166> [↑](#footnote-ref-4)