



La lettre du Groupement pour les Droits des Minorités

Trimestriel n°83

Janvier 2007

Editorial

Parmi les nombreux instruments de développement à la disposition des régions et des pays, le rôle de l'identité régionale ou nationale est souvent sous-évalué. Les caractéristiques propres d'une entité géographique donnée (il s'agit ici surtout des zones rurales) constituent en effet un formidable levier potentiel de développement régional souvent en friche.

IDENTITÉ ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

En Europe Occidentale et notamment en France depuis 1994, l'association des différents éléments du puzzle économique - culturel rural a progressivement fait son chemin dans les esprits. Le rapport d'Isac Chiva¹, étendant la notion de patrimoine rural au paysage et aux produits du terroir a, à cet égard marqué une étape importante. Des études plus récentes² montrent par ail-

leurs de manière non équivoque que biodiversité et diversité culturelles sont non seulement corrélées mais directement et en quelque sorte organiquement liées. Pas de diversité culturelle sans bio diversité.

C'est précisément l'interface où plutôt la complémentarité fonctionnelle entre diversité culturelle et activités et productions économiques tradi-

tionnelles que nous voudrions examiner ici.

Le patrimoine, gisement économique.

« *Le patrimoine devient le levier du développement local* ». Un grand quotidien parisien³ titrait ainsi, il y a quelques années, un important article consacré à la Catalogne - Nord (Pyrénées

- Orientales). Le journaliste y montrait que, pour faire découvrir aux vacanciers agglutinés chaque été sur la côte méditerranéenne les trésors de l'art religieux catalan disséminé dans les villages de l'intérieur, il fallait un fil directeur permettant de créer une synergie entre divers éléments d'attrait touristique épars. Afin de mettre en valeur le riche patrimoine religieux de la région, la Délégation à l'aménagement du territoire avait été amenée à aider les autorités locales à mettre en place une nouvelle (1995) formule d'économie régionale dénommée Pôle d'Économie du Patrimoine (P.E.P) et, c'est autour du concept de « Catalogne baroque » que l'on choisit d'articuler le dispositif.

Très vite, le scénario fit la preuve de son efficacité. Fort de ce succès initial, le P.E.P (Sivom) poursuit son développement dans tous les axes à vocation touristique (thermalisme, sports de nature, viticulture, gastronomie, etc.), en axant ces divers éléments autour du pivot de l'identité locale. L'exemple catalan n'est pas resté isolé. Il existe aujour-

d'hui, réparties un peu partout sur le territoire français, de nombreuses initiatives analogues⁴ et l'on observe depuis quelques temps que la "typicité" est devenue un levier majeur du développement régional. On peut faire des constatations analogues concernant la gestion des Parcs Naturels Régionaux⁵, l'architecture régionale, les sports de nature (le cheval notamment), l'agrotourisme, la gastronomie régionale (routes du vin, des fromages,...), la généalogie même⁶.

La série d'articles publiés au mois d'août 2002 également dans le quotidien *Le Monde* concernant *La saga des A.O.C* où *Une ville, un animal* sont symptomatiques à cet égard.

Nous illustrerons notre propos par deux exemples.

Le tourisme écologique et ses contradictions.

La manne touristique nourrit, depuis des décennies, bon nombre de régions d'Europe. Malheureusement, la surpopulation estivale, l'encombrement des routes, de regrettables déra-

pages en matière d'accueil et plus grave d'équipement, tendent aujourd'hui à limiter la croissance du phénomène.

Hôteliers et restaurateurs se plaignent actuellement d'un plafonnement des réservations et d'un raccourcissement significatif de la durée des séjours. Quelle est la cause de ce phénomène?

En fait, une partie non négligeable des vacanciers (60 % des Français sont concernés) manifeste aujourd'hui une demande pour un accueil différent de celui du tourisme de masse traditionnel. Ils souhaitent des vacances à la fois plus courtes, plus personnalisées et plus aérées. La randonnée, l'observation de la nature (ornithologie, botanique, géologie, volcanisme ...), le sport, la découverte des spécialités culinaires régionales⁷ et des monuments du passé ont un succès considérable et révèlent une tendance de fond du public vers un retour "au naturel" et au vert⁸.

¹ Isac Chiva, *Une politique pour le patrimoine culturel rural*. Paris, avril 1994.

² Posey, Darrell (ed.) *Cultural and Spiritual Values of Biodiversity . A complementary Contribution to the global Diversity Assessment* . London : Intermediate Technologies Publications, for and on behalf of the United Nations Environmental Programme, 1999.

³ Le Monde, 13 août 1998.

⁴ On peut citer l'exemple intéressant du circuit culturel du Parc naturel régional du Livradois -Forez qui associe un fromage d'appellation fermière, la fourme, une fête, celle de la myrtille, les activités et festivités d'estive, une technique de couverture, le chaume, le paysage des tourbières et un oiseau devenu rare, la gélinotte.

⁵ À ne pas confondre avec les Parcs Nationaux à vocation toute différente. Cf : Andréani, Jean-Louis, *Parcs naturel régionaux, le nouvel âge*, Le Monde 28-29 janvier 2007.

⁶ Roger Philippe, *Les zones rurales devraient avoir des « pôles d'excellence »*. Le Monde 15 octobre 2005.

⁷ Thépot, Stéphane, *Les bistrotts de pays redonnent de la vie aux zones rurales*, Le Monde, 22 octobre 2005.

⁸ Libération, 25 août 2002.

Malheureusement, en dépit d'efforts individuels et de quelques belles réalisations publiques⁹, le bilan français est hélas, dans ce domaine encore loin d'être à la hauteur de l'importance du patrimoine.

Plus ennuyeux, les opérateurs de cet ensemble économique en formation, loin de former un milieu cohérent, sont souvent divisés en chapelles; pire, on assiste souvent chez nous à un affrontement public et virulent entre acteurs (naturellement complémentaires !) de ces terrains.

Ainsi en va-il de la querelle chasseurs - écologistes. Au plan technique, ces derniers ont manifestement raison, mais, sur le terrain, ce sont souvent les sociétés de chasse qui entretiennent les biotopes sans lesquels certaines espèces cynégétiques disparaîtraient encore plus rapidement. De même, la régulation des cheptels ne se faisant plus spontanément, ce sont les chasseurs qui évitent la prolifération anarchique des cerfs et autres sangliers.

Le bon sens impliquerait dans ces conditions un compromis raisonnable, prenant notamment en compte le fait que le temps presse et que de nombreuses espèces sont aujourd'hui en grand danger et aussi que ... le

nombre de chasseurs regresse encore plus vite que le "gibier".

L'affaire du loup et des bergers dans le Mercantour est un autre exemple affligeant. Depuis la réapparition du loup, les bergers se plaignent bruyamment de la destruction des troupeaux de moutons. Se considérant en état de légitime défense, ils recourent volontiers à des moyens violents, telle la destruction il y a quelques années d'une maison d'accueil du Parc. Indépendamment du fait de savoir si ce ne sont pas des chiens *harets* qui sont responsables des dégâts, une telle attitude pose un problème de fond, celui de la cohabitation entre une activité traditionnelle : l'élevage et une nouvelle: la gestion du loisir écologique.

Même si l'on ne peut que sympathiser avec les bergers et leurs brebis, force est de constater qu'à terme, c'est le tourisme écologique qui représentera en matière d'emplois le moteur économique de la région. À cet égard, le loup constitue une formidable "ressource imaginaire" touristique. Certes, le touriste moyen ne verra vraisemblablement jamais de loup, mais ce dernier, avec toute sa charge émotionnelle (se faire peur est un des grands besoins des hommes) constitue un

aimant irremplaçable (on trouve le même phénomène avec l'ours dans les Pyrénées) et représente un élément essentiel de "l'image de marque" du parc.

Le terroir et ses produits au secours de l'économie rurale.

Dans le domaine des produits dits "du terroir", on assiste également à une évolution remarquable. Alors qu'il y a quelques années l'agriculture européenne semblait vouée à une évolution productiviste "à l'américaine" (on a parlé à cet égard de vision "minière" de l'agriculture), une démarche inverse semble, depuis quelque temps, amorcée. On constate en effet qu'un nombre croissant de consommateurs se détournent des produits alimentaires industriels (ou issus du hors - sol) réputés insipides, peu surs et dangereux pour l'écosystème (la question de la vache folle et celle des OGM ont joué un important rôle de sensibilisation du public), pour se tourner vers ce qu'ils ressentent comme l'authenticité et la qualité. Cela confère attrait et actualité aux produits traditionnels à forte typicité et, aujourd'hui, à grande valeur ajoutée. Les productions plus ou moins fermières où au moins de tradition, utilisat-

trices de main d'œuvre et assises sur des pratiques régionales, correspondent en effet bien aujourd'hui au goût du public¹⁰.

Les volailles de Loué où de Bresse, les canards de Challans, le miel de Corse, les huiles d'olive de Provence, les fromages de Salers, les noix de Grenoble, la soie cévenole, le foin de la Crau ou le piment d'Espelette sont, pour ne rien dire des vins (plus de 450 actuellement) autant de produits phares qui trouvent aisément un "créneau porteur"¹¹. "L'agriculture de terroir, qui est celle qui inclut le plus d'imaginaire culturel lié à des lieux de production, devient un secteur porteur à forte marge¹². Secteur peu à peu rejoint par une agriculture biologique en forte croissance¹³"

Offrant une large place à l'initiative locale, cette valorisation des "terres d'excellence" où plutôt de "caractère" est de nature à redonner une valeur aux savoirs ancestraux et à rendre leur fierté à des populations laminées par des années

d'exode rural et de dévalorisation culturelle. "Parfois, c'est le soubassement riche et complexe d'une culture qui émerge derrière un produit. C'est le cas pour le beaufort, le comté ou l'abondance, qui mettent en perspective un système d'élevage, un milieu naturel souvent contraignant, une organisation sociale et des pratiques fromagères spécifiques, ou de la châtaigneraie ardéchoise autour de laquelle s'organisèrent les communautés locales pendant des siècles"¹⁴ Elle constitue par ailleurs autant de réservoirs génétiques¹⁵. "Rustiques parfois, adaptées aux conditions climatiques des régions toujours, ces espèces présentent des résistances aux maladies et intéressent à ce titre la recherche agroalimentaire¹⁶".

Une économie rurale de développement durable, réconciliant la production agricole avec son environnement peut en effet seule associer préoccupations écologiques et développement économique et social durable (on parle aujourd'hui de *plurifonctionnalité* du monde rural).

d'hui de *plurifonctionnalité* du monde rural).

Quelles sont, alors, les conditions requises pour la mise en œuvre d'une telle spirale vertueuse ?

Dans le domaine des produits du terroir, dans notre pays, les outils juridiques et administratifs existent, ils font partie de l'arsenal du droit de la propriété industrielle : il s'agit des marques collectives et des labels de qualité et d'origine prévus dans le code de la Propriété industrielle ainsi que des Appellations d'Origine Contrôlées françaises (A.O.C), Indications Géographiques Protégées (I.G.P) et attestations de spécificité au plan communautaire.

Tous ces instruments, qui ont aujourd'hui amplement fait leurs preuves, permettent de valoriser les produits les plus caractéristiques et les meilleurs d'un terroir en informant et rassurant les consommateurs. Un tel système de transparence, contre lequel l'ultra-libéralisme niveleur, soit dit en passant, ne peut rien, commence à faire l'objet d'une

⁹ La création des parcs naturels régionaux par la DATAR à partir de 1967 figure au nombre de celles-ci.

¹⁰ Certaines ont toujours eu "pignon sur rue", au moins au plan local, d'autres font l'objet de ce que l'on appelle, parfois abusivement, des "relances".

¹¹ Françoise Dubost, *Vert patrimoine*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 1994.

¹² Le prix de vente de l'oignon doux des terrasses cévenoles est six fois supérieur à celui de l'oignon commun.

¹³ *Vives campagnes*, op.cit. p.77.

¹⁴ *Vives campagnes*, p. 197.

¹⁵ Cette question concerne, on le sait, notamment les pays les moins favorisés dont les ressources biologiques continuent à être allègrement pillées par les entreprises des pays industrialisés.

¹⁶ Denis Chevallier (dir.) *Vives campagnes*. Autrement, Paris, 2000 ; p.26.

reconnaissance au niveau de l'O.N.U.¹⁷.

Le "paysage", creuset d'une synergie identitaire.

Initiée en 1992 par Ségolène Royal, la campagne de lancement du label "paysage de reconquête" vise à provoquer une synergie opérationnelle entre les divers éléments du puzzle rural. "Fondés sur les cultures et sur les spécificités locales, liés au travail des hommes et à l'histoire des lieux, (les paysages) constituent autant d'atouts pour le développement économique local, pour l'égalité devant la nature ou encore pour le droit de garder une certaine qualité de vie quotidienne"¹⁸ Cette opération "patrimoniale" se concrétise¹⁹ par l'octroi d'un label à des sites (plus d'une centaine déjà dont des "marques parc" pour les parcs nationaux ou régionaux) associant un paysage remarquable à un produit déterminé. Parmi les "labelisés" ou "labelisables" mentionnons, les houblonnières des Flandres, les terrasses viticoles de Beaumes-de-Venise, les zones d'estive de l'Aubrac ou les cerisiers de la vallée de

l'Yonne²⁰.

Dans ce contexte, la notion de "pays" (juridiquement créée en 1995 et revue en 1999) joue un rôle déterminant. Le résultat d'une enquête (*Le patrimoine, un outil de développement local*) publié en 1987 par l'Association Nationale pour les pays, à l'initiative des ministères de la Culture, de l'Agriculture et de l'Environnement montrait que, sur 220 opérations en cours, la vaste majorité portait sur le savoir faire ou la mémoire collective (cidre du Domfrontais, coutellerie de Laguiole ou torchis de Thiérache).

Il n'est pas sans intérêt de noter que, dans ce phénomène, les neo - ruraux jouent un rôle non négligeable comme on peut depuis des années l'observer en Toscane et en Ombrie.

Dans le même esprit, le Conseil national des arts culinaires recense depuis 1991, les sites importants du goût associant des éléments de savoir faire, d'architecture et de paysage²¹.

Parmi les nombreux intérêts de ce "cocktail identitaire",

l'un des plus notables est sans doute celui de combattre l'exode rural et d'éviter ainsi la désertification des zones vulnérables. Toutes les activités dont nous venons de parler nécessitent une population rurale suffisante pour penser, organiser, gérer et commercialiser les "produits" en question. Outre l'aspect aménagement du territoire, une telle politique engendre un certain nombre d'effets induits dans la mesure où, en assurant la conservation d'une importante population active sur place, on enclenche plusieurs "mécanismes" sociaux.

Le maintien d'une masse critique d'actifs jeunes et dynamiques dans son environnement traditionnel a pour premier effet indirect de maintenir une base sociale réelle, c'est-à-dire active et dynamique, à la culture régionale. On sait en effet qu'aujourd'hui les acteurs des survies culturelles se recrutent surtout dans les milieux évolués et conscients.

Par ailleurs, on constate de plus en plus que le développement d'une économie rurale fondée sur la valorisa-

tion des "typicités" régionales constitue un attrait touristique majeur. Depuis plusieurs années des bourgs comme Carhaix (les vieilles charrues), Locronan, Ribeaupillé, Roquefort ou le Mont-Saint-Michel exploitent efficacement ce filon. Bien sûr objectera-t-on, il s'agit là d'un phénomène essentiellement "folklorique" a priori sans grand rapport avec le maintien en vie d'une véritable culture.

Pour l'épicentre du phénomène, l'observation est sans doute exacte, mais pour l'ensemble de l'aire concernée, il semble devoir en aller autrement. En effet, le fait de rendre à un groupe sa conscience et sa fierté identitaire, et en particulier linguistique, emporte des effets induits importants en matière culturelle. La conviction de détenir en propre un "trésor" organiquement lié à des caractéristiques régionales conduit à poser sur ce terroir un regard différent²². Chacun sent que tous les éléments d'un environnement sont liés les uns aux autres et que si l'on abandonne une "pièce", l'ensemble risque de s'effilochoer. Les régions alpines de Bavière, de Suisse et de Slovénie illustrent l'étroite connexité entre prospérité économique et dynamisme culturel.

Poussant le raisonnement plus loin, toujours dans une optique "fonctionnelle", les responsables du tourisme ont noté depuis quelques années que la diversité linguistique et culturelle "fait vendre". Un nombre non négligeable de touristes viennent d'ailleurs dans les Grisons pour entendre du romanche ou en Frise pour entendre du frison. Le phénomène est naturellement le même en Alsace où en Bretagne.

Les pièges du développement identitaire.

Malheureusement, rien n'est jamais parfait et toute médaille comporte un revers. Nous signalerons ici les deux écueils qui nous paraissent les plus significatifs.

Vendre sans perdre son identité.

Parmi les dangers d'une économie trop largement "identitaire", figure sans nul doute le risque "d'en faire trop" et de se perdre soi-même. Indépendamment du fait que nombre de "pays" n'ont aujourd'hui plus guère d'identité à mettre en avant (mais on a évoqué plus haut le système des "relances"), certains font remarquer que le succès aboutit souvent à

une industrialisation cachée de l'élaboration des produits et que le tourisme identitaire peut être aussi destructeur pour les sites et pour la société locale que le tourisme traditionnel. Tout est ici une question d'échelle. Il n'y a pas de réponse générale à cette interrogation et tout progrès comporte sa part de risque. Ce que l'on peut dire pour l'avoir observé à maintes reprises, c'est que plus le milieu humain concerné est resté cohérent, sur de lui et maître de sa culture, moins les dommages sont grands. La Catalogne Sud ou le Pays de Galles offrent ainsi deux bons exemples de régions dont la notoriété identitaire n'a guère dégradé la culture locale et surtout la perception de celle-ci par les autochtones.

Quant aux déprédations écologiques, il est possible d'y faire face par une politique locale bien ciblée et énergiquement appliquée (l'exemple de Belle-île en mer vient ici à l'esprit).

Les insuffisances du régime français des appellations d'origine ?

Les temps changent, les goûts évoluent, la mondialisation amène des nouvelles possibilités, de nouvelles opportunités. Or le système

¹⁷ La 8^e session de la Commission du développement durable de l'ONU d'avril 2000 a porté sur l'aménagement intégré du territoire et de l'agriculture.

¹⁸ Ségolène Royal, "La reconquête des paysages" *Études rurales*, N° 121-124, 1992, P. 213-214.

¹⁹ Loi Paysages du 8 janvier 1993.

²⁰ J.L. Sadorge, D. Chevallier et G. Morvan (sous la direction de), *Quand le patrimoine fait vivre les territoires*, Paris, ed. CNFPT, 1997.

²¹ Voir : L.Bérard, J. Froc, et M. Hyman, *Inventaire du patrimoine culinaire de la France (Rhône-Alpes)*, Paris, Albin Michel, 1995.

²² "Certains bergers sont venus remercier les organisateurs de la fête de la transhumance de Die pour leur avoir donné une nouvelle dignité, en revalorisant leur image auprès du public et, ce faisant auprès de leurs proches" *Vives campagnes*, op.cit. p. 46.

de type français, considéré comme la référence par-delà ses nombreux avantages, présente l'inconvénient d'être relativement fixiste. Ainsi, on doit mettre du cabernet, du chardonnay, du pinot noir, et du pinot franc et du pinot meunier dans le champagne dans telle et telle proportion et l'on ne doit pas s'amuser à ajouter autre chose. On ne peut pas faire comme les Américains ou les Australiens et aller voir tout d'un coup si par exemple un riesling ou un zinfandel ne pourrait pas par hasard améliorer encore le produit.

Inévitablement, ce relatif fixisme (en soi, contraire au caractère évolutif de toute identité !) aboutit à une certaine crispation du système, qui fait que l'on commence à constater que certains agriculteurs préfèrent renoncer à telle ou telle appellation de manière à expérimenter et à faire des produits plus conformes à la demande du consommateur à un certain moment. Comme autrefois on renonçait à appartenir aux corporations pour aller travailler hors des murs de la cité, on commence à voir des gens qui s'installent « hors du mur de l'appellation d'origine » pour faire des produits qui correspondent mieux à la demande du moment.

Ensuite, on entend souvent

dire à l'étranger que le système français est trop compliqué, qu'il est devenu une véritable « usine à gaz » et que cela a notamment pour conséquence qu'il est difficile à transplanter.

Réaction négative également depuis que s'est installé dans l'univers des ADPIC²³ le courant anti-mondialisation. Paradoxalement, on observe aujourd'hui une réaction négative au mécanisme en question au prétexte que celui-ci nous revient ... par le biais de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Les articles de l'accord ADPIC qui incorporent les recommandations de la convention OMC de Marrakech font en effet l'objet d'une critique à cause de leur origine, ce qui est un comble.

Conclusion

En dépit des difficultés relevées ci-dessus, d'une façon générale, se développe en Europe Occidentale depuis 1992 le concept d'économie identitaire. Cette nouvelle orientation de recherche paraît prometteuse et, des produits porteurs de labels ou appellations d'origine régionaux aux divers types

de tourisimes culturels en passant par l'ensemble des créations artisanales et l'utilisation des savoirs ancestraux, on voit aujourd'hui naître un peu partout des *stratégies de développement identitaire*²⁴.

Yves PLASSERAUD

PARUTION

MINCZELES, Henri, *Une histoire des Juifs de Pologne, Religion, culture, politique, La Découverte, 2006, 370 pp.* Ouvrage publié avec le soutien de la Fondation pour la mémoire de la Shoah.

De la naissance de *Po-lin* aux alentours de l'an mille jusqu'à l'actuelle « droitisation » de la vie politique de Varsovie, ce sont plus de mille ans d'histoire juive au pays de l'aigle blanc qui sont passés en revue par l'auteur. Celui-ci fait bien ressortir les apports artistiques, littéraires, ou politiques des *Polaks* à la culture juive et universelle. L'ouvrage est complété par un glossaire, un index et une chronologie.

Même si l'auteur s'en défend le livre manifeste une tendresse évidente envers les « héros » de son livre.

Cet ouvrage qui constitue une « première » et qui vient d'être réédité apportera une masse de réponses à tous ceux qui s'intéressent à ce pays qui joua un si grand rôle dans la naissance de l'identité juive contemporaine et avec elle du monde moderne.

BRENZINGER.M (Dir.) *Language Diversity endangered* Mouton de Gruyter, Berlin, 2007.

DUCH NE, A. HELLER M, (Dir.) *Dicourses of Endangerment : Ideology and Interest in the defense of languages*, Continuum, Londres, 2007.

HARRISON, K. D, *When languages die : The extinction of the world's languages and the erosion of human knowledge*, Oxford Univer-

sity Press, Oxford-New-York, 2007.

MOSELEY, C. *Encyclopedia of world's endangered languages*, Routledge, 2007 (à paraître).

À notre époque de préoccupations mondiales, voici quatre ouvrages qui, chacun à sa manière, font le point sur une situation extrêmement inquiétante et qui malheureusement, retiennent généralement fort peu l'attention de nos politiciens.

À mesure que notre diversité linguistique et culturelle se restreint, c'est pourtant notre attirail de survie qui se réduit. Comme la contrainte écologique, la protection de la diversité culturelle doit devenir impérativement l'un des objectifs majeurs d'une politique planétaire responsable.

N° ISSN 07519207

Président : Yves Plasseraud
Vice-Président : Henri Giordan, Thamaz Naskidachvili
Secrétaire générale : Joseph Krulic
Trésorière : Suzanne Pourchier
Trésorier adjoint : Jean Cormon
Membres du bureau : M. Barth, J. Bigot, T. Bourand, D. Dimitrijevic, W. Dressler, H. Elmas, L. Gauge, C. Guyonvarc'h, J. Lambalais, J.Y. Le Touze, J. Pénichon, P. Péroche, M. Rafii, N. Serfaty, P. Vergne
Comité de Patronage : Hélène Ahrweiler, Dimitri T. Analis, Gérard Chaliand, Jean-François Clément, Jacques Dournes (†), Alfred Kastler (†), Jean Lacouture, Jean-Pierre Liégeois, Jean Malaurie, Edgar Morin, Pierre Vidal-Naquet (†), P. Peroncel-Hugoz, Maxime Rodinson, Evelyne Sullerot, Paul Thibaud, Germaine Tillion.

BULLETIN D'HADHÉSION 2007

À retourner au GDM

Nom Prénom
 Adresse
 Code Postal Ville
 Tél. E-mail

adhère à l'association GDM et règle ma cotisation comprenant l'abonnement à la lettre du GDM par le chèque ci-joint d'un montant de : 32 euros - cotisation normale
 52 euros - cotisation de soutien 14 euros - tarif étudiant Abonnement seul : 14 euros
 Le chèque bancaire ou postal est à établir à l'ordre du GDM, 212, rue Saint-Martin, 75003 Paris

Date : Signature.....

www.gdm.ras.eu.org

²³ Aspects de la propriété industrielle liés au commerce.

²⁴ Taddei, Dominique, Antomarchi, , Albiana, 1997, 158 pp.