



Promoting Intellectual
Property Rights in the
ASEAN Region

HỘI THẢO VỀ CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

Denis SAUTIER, PhD
Chuyên gia kinh tế nông nghiệp cao cấp,
CIRAD - FRANCE
Hà Nội | 20 tháng 9 năm 2019



Funded by the European Union



This Project is funded by the European Union and implemented by the European Union Intellectual Property Office (EUIPO)

VAI TRÒ CỦA CÁC HIỆP HỘI TRONG BẢO HỘ VÀ QUẢNG BÁ CHỈ DẪN ĐỊA LÝ

Vai trò của một hiệp hội chỉ dẫn địa lý

Tại sao là một hiệp hội?

- Sản phẩm là di sản của **một cộng đồng các nhà sản xuất**, họ có trách nhiệm tạo ra danh tiếng cho sản phẩm, dựa trên bí quyết sản xuất và thực tiễn cụ thể.
- **Mọi thành viên** của cộng đồng này đều phải tham gia vào sáng kiến về chỉ dẫn địa lý.
 - ✓ Các bên liên quan tham gia vào các giai đoạn sản xuất khác nhau (ví dụ: những người sản xuất nguyên liệu thô, các cộng đồng/tổ chức địa phương, những người chế biến, phân phối).
- Một sản phẩm địa phương chỉ có thể trở thành một chỉ dẫn địa lý được thừa nhận nếu nó được hỗ trợ bởi một cộng đồng **có tổ chức và hoạt động**, gọi chung là một hiệp hội, bất kể một hình thức pháp lý của nó là như thế nào
- Tránh **bi kịch của chỉ dẫn địa lý**: bày sử dụng dưới mức!

3 vai trò của một tổ chức về chỉ dẫn địa lý:

1. **Liên kết** các bên liên quan của chuỗi giá trị
diễn đàn; ban hành quyết định chiến lược
2. **Quản lý** chất lượng cụ thể của chỉ dẫn địa lý
 1. Các tiêu chuẩn/thông số kỹ thuật của chỉ dẫn địa lý
 2. Kế hoạch kiểm soát chỉ dẫn địa lý
3. **Quảng bá** chỉ dẫn địa lý với chất lượng đặc thù

- Soạn thảo Bản mô tả chỉ dẫn địa lý.
- Tham gia vào triển khai công tác kiểm soát.
- Nhận diện và cập nhật danh sách thành viên (người sử dụng).
- Cung cấp hỗ trợ kỹ thuật (đào tạo, thủ tục, giấy tờ đăng ký).
- Quảng bá và tiếp thị sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý.
- Chống lại việc lạm dụng và xâm phạm chỉ dẫn địa lý.

Những điều Hiệp hội chỉ dẫn địa lý KHÔNG ĐƯỢC làm

- Sản xuất / chế biến sản phẩm!
- Mua và bán sản phẩm!
- Sở hữu sản phẩm!

Hiệp hội có nhiệm vụ quản lý chỉ dẫn địa lý, không phải là các hợp tác xã sản xuất

Áp dụng với chỉ dẫn địa lý: Những nội dung chính của bản mô tả

- Tên
- Mô tả **sản phẩm** (và **chất lượng đặc thù**)
- Định nghĩa **quy trình** sản xuất sản phẩm chất lượng đặc thù
- Xác định **khu vực** sản xuất cụ thể (giới hạn về địa lý)
- Mô tả **mối liên kết giữa sản phẩm** chất lượng đặc thù với **địa điểm**
- Các quy tắc **ghi nhãn**
- Kế hoạch **kiểm soát**

Chuẩn bị và nộp đơn đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý

- Trong Liên minh châu Âu (EU): chỉ một nhóm hoặc, theo các điều kiện nhất định, một cá nhân hoặc pháp nhân, có quyền nộp đơn đăng ký bảo hộ.
 - Không phụ thuộc vào hình thức hay thành phần hợp pháp, là bất kỳ hiệp hội các nhà sản xuất và/hoặc chế biến cùng một sản phẩm nông nghiệp hoặc thực phẩm

Tương phản với châu Á: tổ chức của chính phủ nộp đơn đăng ký

- Indonesia :
 - Hướng dẫn về chỉ dẫn địa lý đề xuất người nộp đơn là hiệp hội/hợp tác xã
 - Trên thực tế: đa số nộp bởi các cơ quan chính quyền địa phương
- Thái Lan:
 - Trên thực tế: đa số nộp bởi các cơ quan chính quyền địa phương.
- Ấn Độ:
 - Trên thực tế: đa số nộp bởi các tổ chức của chính phủ
- Việt Nam:
 - Chỉ dẫn địa lý thuộc sở hữu Nhà nước
 - Trên thực tế: luôn được nộp bởi các cơ quan chính quyền địa phương

Triển khai việc kiểm soát chất lượng

- Hiệp hội chỉ dẫn địa lý – trong phạm vi địa lý cụ thể – trước khi sản phẩm được đưa ra thị trường, đảm bảo kiểm soát chất lượng bằng cách:
 - Cung cấp công cụ **tự kiểm soát**,
 - Quản lý “**các bộ phận kiểm soát nội bộ**” trong khu vực sản xuất/chế biến và thành phẩm
 - Lựa chọn và **phối hợp với cơ quan kiểm soát bên ngoài** (nếu có)
 - Đảm bảo **việc truy xuất nguồn gốc** của tất cả các nhà sản xuất
 - Hỗ trợ **giải quyết xung đột** và cung cấp trọng tài trong trường hợp có tranh chấp xảy ra
- Câu hỏi mở:
 - Có bắt buộc phải là thành viên của hiệp hội để được sử dụng chỉ dẫn địa lý không?

- Quảng bá tên chỉ dẫn địa lý: không phải quảng báo tên một nhà sản xuất/doanh nghiệp cụ thể
- Các sự kiện / Hội chợ / Lễ hội
- Bán hàng và nếm sản phẩm
- Tờ rơi và sách bỏ túi cho người tiêu dùng và nhà sản xuất
- Trang web của hiệp hội
- Hợp tác với các văn phòng du lịch
- Triển lãm hình ảnh...

- Chủ yếu vai trò của các cơ quan chức năng – “công an thị trường”, biên phòng để đảm bảo chỉ dẫn địa lý không bị chiếm đoạt.
- Nhưng Hiệp hội chỉ dẫn địa lý nên hỗ trợ bằng cách
 - Giám sát thị trường và cảnh báo cơ quan có thẩm quyền
 - Thực hiện các hoạt động pháp lý với tòa án

Xây dựng Hiệp hội chỉ dẫn địa lý

○ **Những câu hỏi lớn** đề cập đến:

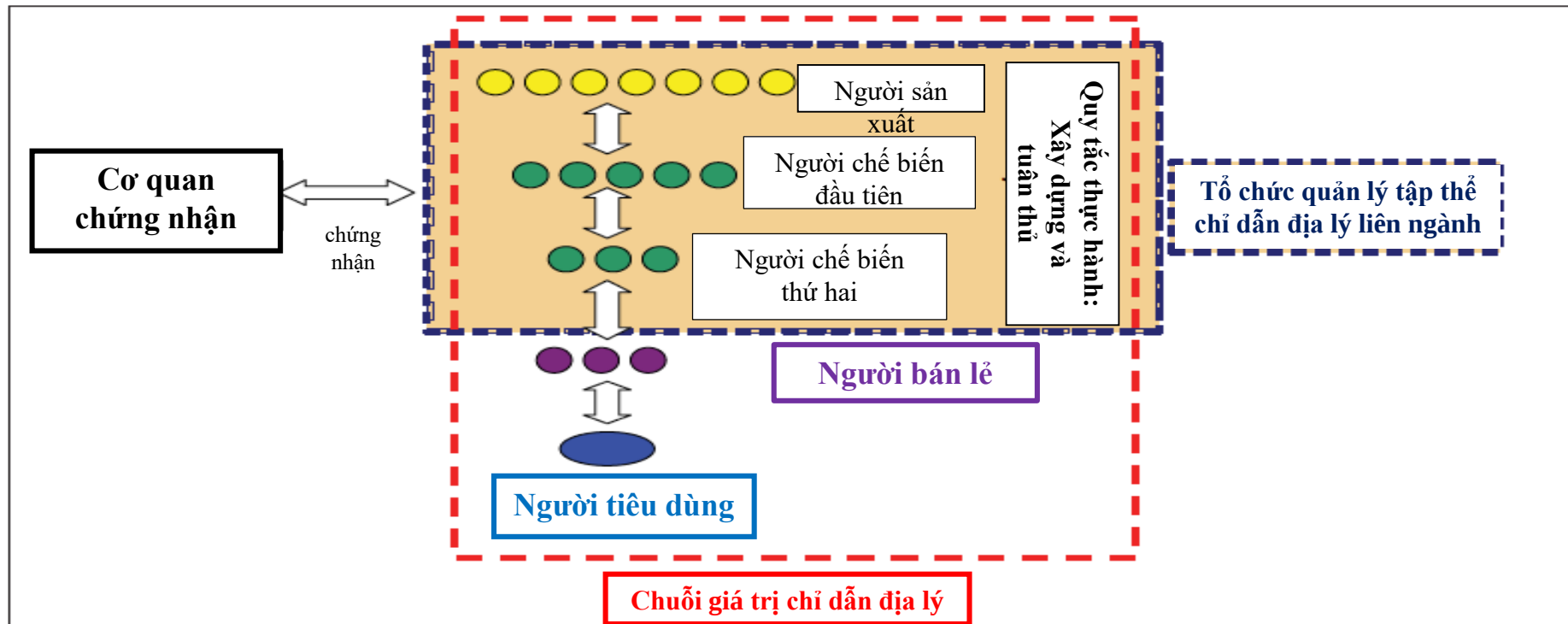
- ✓ Ai sẽ là thành viên của Hiệp hội chỉ dẫn địa lý? Tất cả mọi người (Pháp) hay chỉ các đại diện (Thụy Sĩ)
- ✓ Làm thế nào để các phân đoạn khác nhau của chuỗi giá trị đều được đại diện?
- ✓ Có nên tổ chức Hiệp hội theo kiểu “các phòng” không?

○ **Điều kiện tiên quyết** = Am hiểu chuỗi giá trị

- ✓ Có bức tranh tổng thể của: các giai đoạn chính trong chuỗi giá trị, các bên liên quan chủ yếu tham gia xuyên suốt chuỗi giá trị, các dòng sản phẩm (và sản phẩm phụ) của chuỗi.

Đại diện

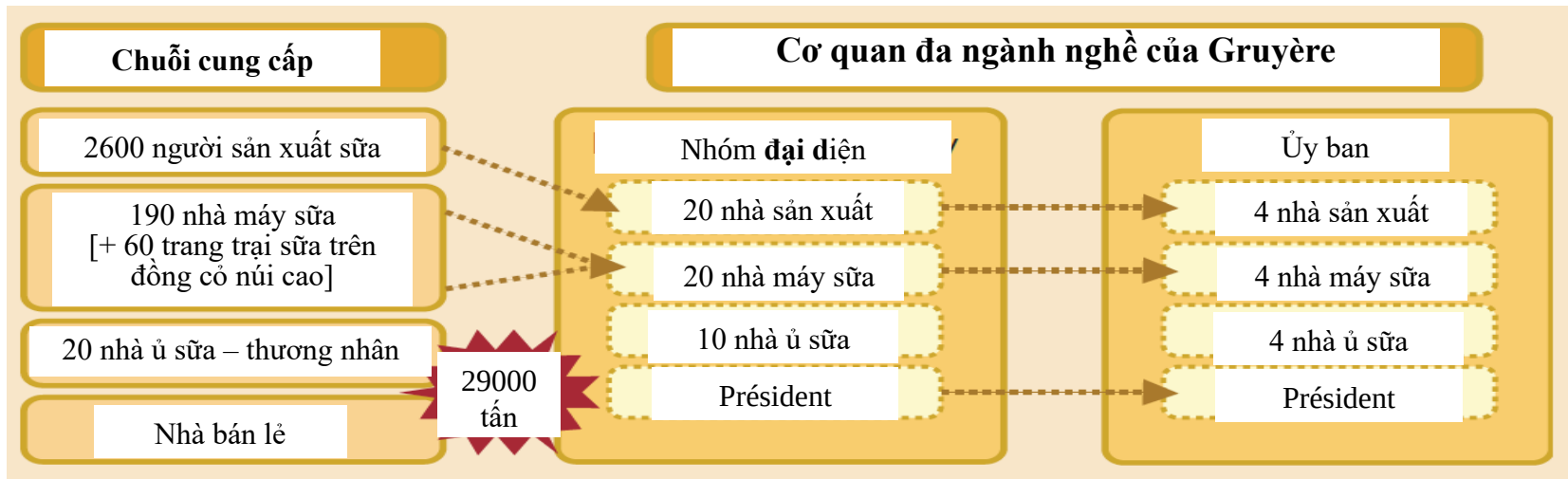
Bao gồm tất cả các bên liên quan có ảnh hưởng đến chất lượng



Hiệp hội chỉ dẫn địa lý nào?

- Trong EU có nhiều hình thức khác nhau
 - Tập đoàn - Consorzio (Italia), Tổ chức Bảo vệ và Quản lý - Organisation de Défense et de Gestion (Pháp), Hội đồng điều tiết - Consejo regulador (Tây Ban Nha), Cơ quan liên ngành nghề (IPB) ..
- Có thể hoạt động độc lập, hoặc trực thuộc một tổ chức rộng hơn (các bảng sản phẩm)
- Không phân biệt đối xử đối với các thành viên của Hiệp hội: chỉ có một tiêu chí là tuân thủ bản mô tả chỉ dẫn địa lý
- **Các quy tắc** và **cơ chế ra quyết định** rõ ràng và minh bạch
- Có thể bao gồm, hoặc không bao gồm, tổ chức khu vực
- Là một tổ chức “phi lợi nhuận”

Mô hình quản trị của Gruyère PDO



- Tổ chức Bảo vệ và quản lý chỉ dẫn địa lý
- Tất cả các nhà sản xuất/chế biến đều là thành viên một cách bắt buộc và tự động
- Là đại diện cho tất cả những người khai thác chỉ dẫn địa lý
- Các quy chế của hiệp hội chỉ dẫn địa lý được thẩm định bởi cơ quan có thẩm quyền về đăng ký chỉ dẫn địa lý

Huy động các bên liên quan: Bằng cách nào? (1/2)

- **Tuyên truyền** rộng rãi nhất có thể về khái niệm và mời các bên liên quan của chuỗi giá trị cũng như các cơ quan công quyền đến dự các buổi tư vấn
- Thành lập một **nhóm công tác gồm các cá nhân tích cực** (lý tưởng nhất là các bên liên quan khác nhau trong Chuỗi Giá trị)
- **Chính thức hóa Hiệp hội chỉ dẫn địa lý** bằng cách tổ chức Cuộc họp “Đại hội đồng” chính thức đầu tiên; bằng cách bầu ra ủy ban (và các bộ phận khác), ban thư ký; bằng việc thu phí (căn cứ vào khối lượng sản phẩm).

- **Làm việc đồng thời về các vấn đề khác nhau**, chỉ đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý khi mọi thứ đã sẵn sàng
 - Bản mô tả chỉ dẫn địa lý
 - Kế hoạch kiểm soát
 - Hiệp hội chỉ dẫn địa lý (các quy chế, quy tắc, các công cụ truy xuất và các nguồn thu nhập)
- **Giữ cân bằng** giữa Hiệp hội chỉ dẫn địa lý và các cơ quan công quyền.



Các bên liên quan
tự hoạt động

Các bên liên quan
đến chỉ dẫn địa lý
được tổ chức lại
hoạt động như
một thực thể

- Tất cả các dịch vụ này đều cần đến tiền
 - Kiểm soát chất lượng và Quảng bá là các dịch vụ tốn kém nhất
- Các khoản thu nội bộ (tức là khoản thu từ các dịch vụ cung cấp cho các thành viên hiệp hội):
 - Phí thành viên hàng năm
 - Đóng góp theo khối lượng sản phẩm (CpV)
- Các khoản thu từ bên ngoài
 - Trợ cấp từ các tổ chức chính phủ và/hoặc phi chính phủ

- Để trang trải một số chi phí cố định:
 - Cơ cấu ban hành quyết định (các cuộc họp hội đồng quản trị)
 - Thông tin nội bộ (tờ rơi)
- Trao quyền được thông tin và được tham gia cho các thành viên
- Nên đặt ở mức cho phép tất cả được tham gia

Đóng góp theo khối lượng sản phẩm (CpV)

- Người sử dụng chỉ dẫn địa lý trả tiền trên cơ sở khối lượng sản phẩm của họ
- Quan trọng phải xác định được điểm tốt nhất trong chuỗi giá trị để nhận được sự đóng góp
- Đây thường là nguồn thu chính
- Trong EU, CpV tăng từ 0,5 % lên 8% giá trị của sản phẩm cuối cùng: (0,5% đối với Hạt tiêu Kampot)

MỘT SỐ VÍ DỤ VỀ HIỆP HỘI CHỈ DẪN ĐỊA LÝ:

Hành ngọt Cévennes,
Ót Espelette (Pháp)

Sweet Onions Cévennes, France



- 1987 Thành lập Hiệp hội bình ổn giá hành ngọt
- 1991 Thành lập Hợp tác xã “Nguồn gốc Cevennes” với mục đích tiếp thị
- 1996 Thành lập Hiệp hội để đăng ký tên gọi xuất xứ
- Từ năm 2003 đến năm 2010 :
 - Được Cơ quan quốc gia về Chỉ dẫn địa lý của Pháp (INAO) thừa nhận là Hiệp hội chỉ dẫn địa lý,
 - Đã nộp đơn đăng ký và được bảo hộ ở cấp EU
 - Được xác nhận kế hoạch kiểm soát
 - Lựa chọn cơ quan kiểm soát: Qualisud

- Thành viên:
 - 109 nhà sản xuất
 - 2 nhà chế biến (= đóng gói và thương mại hóa)
 - 19 nhà sản xuất cũng tham gia chế biến
- Hội đồng quản trị: 13 thành viên
- Ban lãnh đạo:
 - 1 Chủ tịch, 1 Phó Chủ tịch, 1 Thư ký, 1 kế toán tài chính
- Các cuộc họp :
 - 1 cuộc họp đại hội đồng/năm: 1 thành viên = 1 phiếu
 - Hội đồng : 3 cuộc họp/năm + các cuộc họp theo chủ đề (quảng bá)

- Nguồn thu nội bộ
 - Lệ phí 30 € / tấn hành được gắn chỉ dẫn địa lý bán ra
- Nguồn thu bên ngoài từ chính quyền tỉnh + EU
 - để quảng bá và truyền thông
- Các khoản chi:
 - 60% cho Hiệp hội chỉ dẫn địa lý (chủ yếu cho kiểm soát nội bộ)
 - 30% cho cơ quan kiểm soát bên ngoài
 - 10% cho cơ quan quản lý chỉ dẫn địa lý quốc gia (INAO)

- Chuẩn bị cho những người khai thác và cập nhật danh sách
- Lên kế hoạch kiểm soát
- 10% số cây con được kiểm soát
- 100% sản lượng hàng năm được kiểm soát
- Theo dõi các hoạt động hiệu chỉnh
- Thành lập ủy ban phân tích bằng cảm quan
- Quản lý: phần mềm và cơ sở dữ liệu

- Các sự kiện / Hội chợ / Lễ hội
- Bán và nếm thử hàng
- Tờ rơi và sách nhỏ cho người tiêu dùng và nhà sản xuất
- Trang web của hiệp hội
- Hợp tác với các văn phòng du lịch
- Triển lãm tranh

Quảng bá, truyền thông: Ớt Espelette



Khai trương một viện bảo tàng ở Piment d'Espelette



Đón 30.000 khách tham quan mỗi năm



Tham gia các sự kiện



Triển lãm nông nghiệp quốc tế (Paris)



Cuộc thi đặc sản địa phương và quốc gia



Cung cấp công cụ truyền thông



Truyền thông trên mạng xã hội



Kết nối giữa truyền thông và nhà sản xuất



2.310 người theo dõi



InterIG – Sète - 04 october 2018

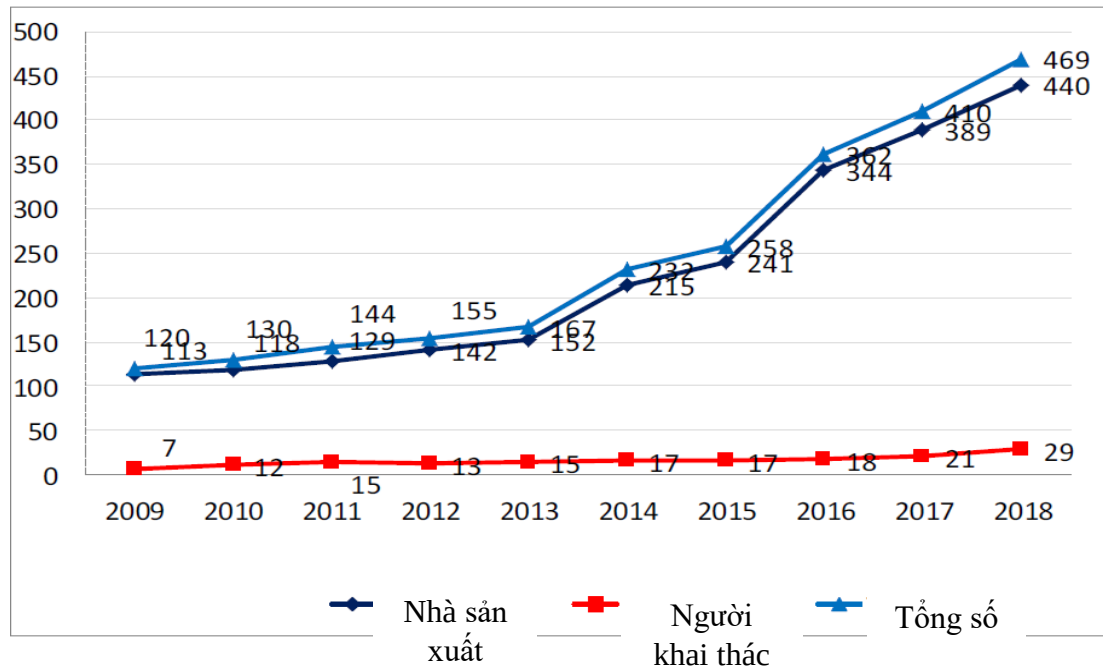
Ví dụ về HIỆP HỘI QUẢNG BÁ HẠT TIÊU KAMPOT, Campuchia

- Đăng ký theo Quyết định số 293 ngày 12/12/2009 của Bộ Nội vụ
- Địa chỉ: AnkorCheyl, DamnakKantoutKhangTbong, Kampong Trach, Kampot
- Điện thoại: 092 752 572 / 092 618 011
- E-mail: kppa2008@yahoo.com / kppa2008@gmail.com

Ngân sách hàng năm

CÁC HOẠT ĐỘNG	NGÂN SÁCH	%
Các cuộc họp hội đồng quản trị và ủy ban điều hành	USD 954	3,3
Cuộc họp các thành viên để phổ biến quy chế, các quy tắc nội bộ, BoS và đào tạo về sổ sách kế toán	USD 250	0,9
Đăng ký thành viên mới	USD 565	2,0
Đào tạo kiểm soát viên nội bộ	USD 100	0,3
Kiểm soát nội bộ	USD 4.000	14,0
Kiểm soát bên ngoài	USD 6,700	23,4
Chốt sổ dư hàng tháng	USD 204	0,7
Quảng bá và tiếp thị	USD 2.840	9,9
Tổ chức Cuộc họp Đại hội đồng hàng năm	USD 2.000	7,0
Đấu tranh chống gian lận	USD 3.000	10,5
Phân tích hạt tiêu bao gồm cả phân tích cảm quan	USD 1.200	4,2
Trả lương nhân viên và các khoản khác	USD 6.850	23,9
TỔNG SỐ	USD 28.663	
TỔNG THU TỪ PHÍ DỊCH VỤ	USD 40.000	
SỐ DƯ	+ 11.337 USD	

Số lượng thành viên của Hiệp hội



Xây dựng các công cụ quảng bá

- Tờ rơi
- Biểu ngữ
- Video
- v.v...



Hoạt động quảng bá được tiến hành thông qua:

- Trang web (www.kampotpepper.biz), đài phát thanh, truyền hình, tạp chí, và các phương tiện truyền thông khác
- Participation in exhibitions in Cambodia and abroad

2.5 Các công cụ quảng bá hạt tiêu Kampot

គ្រូប កំពត KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

Ingredients (serves 2)

- 300g Local Beef Sirloin (sliced)
- 4g Fine Salt
- 20g Kampot Black Peppercorn
- 10ml Lime Juice
- 80g Red Curry Paste
- 5g Prawns - Fish Paste
- 1 Red Bell Pepper
- 1 Green Bell Pepper
- 10g Shallot
- 100g Beef Stock
- 20g Kampot Spee Palm Sugar
- 10ml Fish Sauce
- 10g Unsalted Butter
- 10ml Sunflower Oil
- 200g Green Papaya Pickle

RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn




Visit our website: www.kampotpepper.biz

Method

1. Cut the beef in thick slices
2. Let the beef marinate with the Kampot black peppercorn and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with oil and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef is cooked to a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and lime sauce

KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

គ្រូប កំពត

RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn




Ingredients (serves 2)

- 300g Local Beef Sirloin (sliced)
- 4g Fine Salt
- 20g Kampot Black Peppercorn
- 10ml Lime Juice
- 80g Red Curry Paste
- 5g Prawns - Fish Paste
- 1 Red Bell Pepper
- 1 Green Bell Pepper
- 10g Shallot
- 100g Beef Stock
- 20g Kampot Spee Palm Sugar
- 10ml Fish Sauce
- 10g Unsalted Butter
- 10ml Sunflower Oil
- 200g Green Papaya Pickle

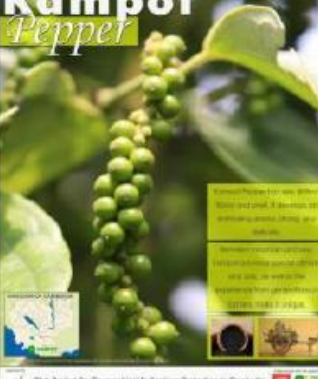
Method

1. Cut the beef in thick slices
2. Let the beef marinate with the Kampot black peppercorn and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with oil and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef is cooked to a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and lime sauce

Visit our website: www.kampotpepper.biz

GEOGRAPHICAL INDICATIONS
 Protecting world heritage brands for the benefit of rural producers

Kampot Pepper



Visit our website: www.kampotpepper.biz

គ្រូប កំពត KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"



Visit our website: www.kampotpepper.biz

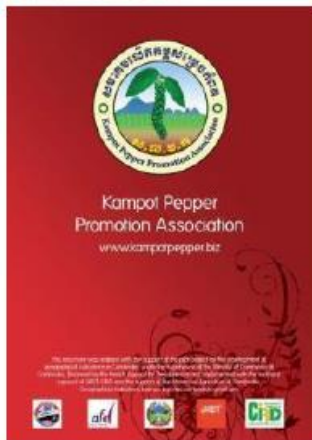
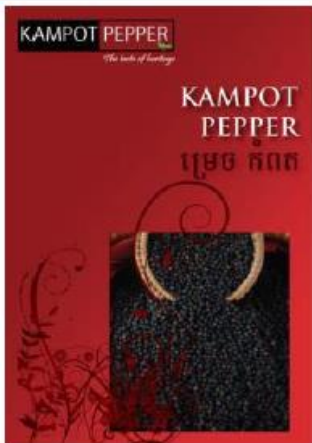
គ្រូប កំពត KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

Kampot pepper's specificity comes from the mildness of its spice, the freshness and complexity of its aroma, and its exceptional lingering taste.



Kampot pepper unique flavour and taste make it one of the best peppers in the world – unchallenged king of spice in the kitchens of the most renowned chefs.

Visit our website: www.kampotpepper.biz



KẾT LUẬN

- Hiệp hội các nhà sản xuất là “người chơi” chính trong quản lý chỉ dẫn địa lý và làm cho chỉ dẫn địa lý thành công:
 - Có nhiều sản phẩm gốc, nhưng chỉ những sản phẩm được hỗ trợ bởi hoạt động tập thể mới trở thành chỉ dẫn địa lý thành công
- Tốt nhất là phải càng sớm càng tốt thành lập hiệp hội:
 - khi chỉ dẫn địa lý đang trong giai đoạn xây dựng
 - Quyết định các yêu cầu về chỉ dẫn địa lý đối với sản phẩm là trách nhiệm thúc đẩy và cam kết!



Trân trọng cảm ơn sự chú ý theo dõi
của quý vị!

denis.sautier@cirad.fr



Promoting Intellectual Property Rights in the ASEAN Region

CẨM O'N



Funded by the European Union



This Project is funded by the European Union and implemented by the European Union Intellectual Property Office (EUIPO)