



Promoting Intellectual
Property Rights in the
ASEAN Region

SEMINAR TENTANG INDIKASI GEOGRAFIS

Denis SAUTIER, PhD
Senior Agrofood economist, CIRAD - FRANCE
Bali, Indonesia | 23 September 2019



Funded by the European Union



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

PERLINDUNGAN DAN PROMOSI INDIKASI GEOGRAFIS DI UNI EROPA

INDEX

- ☐ Definisi dan manfaat
- ☐ Pendaftaran IG di UE dan pasar internasional
- ☐ Contoh kisah sukses IG di UE dan wilayah ASEAN

Pendahuluan

Produk origin sudah ada untuk sekian lama

- Reputasi produk origin ada untuk sekian lama: sejak jaman dahulu, bahan pangan, barang-barang pertanian, kerajinan tangan – anggur, marmer, perunggu, sutra, dupa memiliki reputasi yang baik karena tempat asalnya.
- Nama daerah asal dilindungi sebagai *appellation of origin* atau indikasi geografis.
- Secara hukum diakui pertama kali di UE dan sejak adanya TRIPs di seluruh anggota WTO.



IG di tingkat internasional

- **1905:** Undang-undang pertama: *Appellations of Origin* (Perancis) + 1935: Pengawasan
- **1958:** Perluasan konsep *Appellation of Origin* (AO):
 - **Persetujuan Lisbon, WIPO** (28 anggota)
- Sejak tahun **1990'an**: konsep baru **Indikasi Geografis**, dengan kaitan yang lebih lemah dengan asal muasal dibandingkan dengan AO:
 - **UE** sejak 1992 (28 anggota): IG + AO
 - **Persetujuan TRIPs** berlaku bagi semua anggota WTO, 1994 (164 anggota): IG
 - **Geneva Act of the Lisbon Agreement** (2015): AO + GI (15 anggota)

Secara global: Tren ke arah produk origin

- Globalisasi produksi industri
 - Produk homogen, terstandar



- Konsumen semakin berminat pada produk lokal, tradisional, ramah lingkungan dan reputed origin products: bersedia membayar Mahal
- Dari “komoditas” menjadi “produk yang memiliki nama” = warisan, ketertelusuran, kualitas.



Di Perancis : CHAMPAGNE



Di Perancis: ROQUEFORT



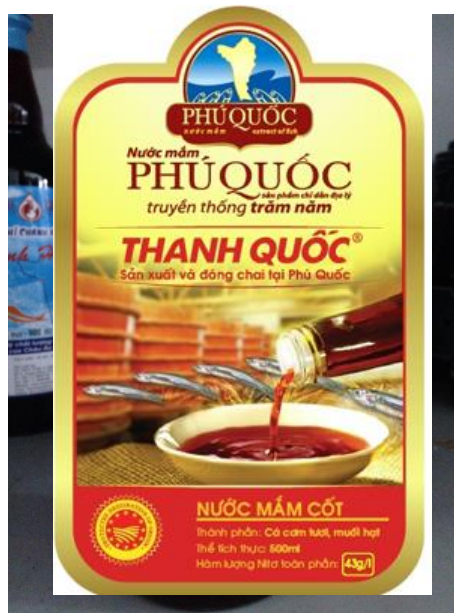
Di Italia: Parmigiano Reggiano (Keju Parmesan)



Di Kolombia : Café de Colombia



Di Vietnam: Nuoc Mam Phú Quốc



Di India: Teh Darjeeling



Di Japan: Daging Sapi Kobé



Di Thailand: Khao Hom Mali Thung Kula Rong Hai (Beras)



Di Thailand: Brokat Sutra Lamphun





Indikasi Geografis: Definisi

WTO/Persetujuan TRIPS (1994): Indikasi Geografis

- “ mengidentifikasi barang yang berasal dari suatu wilayah negara anggota, atau suatu daerah atau area di wilayahnya,
- **kualitas, reputasi, atau karakter lain** dari suatu barang
- **pada dasarnya** sebagai akibat dari asal geografisnya “

(psl. 22)

Regulasi EU 1151/2012

PROTECTED DESIGNATION OF ORIGIN (PDO)



PROTECTED GEOGRAPHICAL INDICATION (PGI)



KARAKTERISTIK UMUM

- **nama daerah /tempat tertentu/negara** digunakan untuk **menggambarkan** produk pertanian atau bahan pangan **yang berasal** dari daerah tersebut

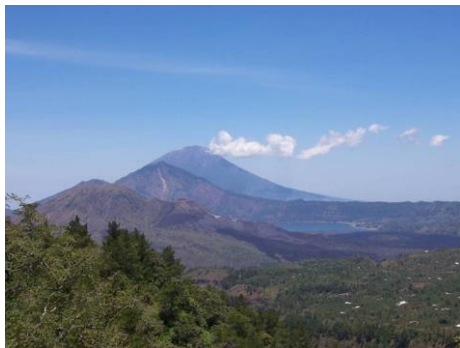
PERBEDAAN : KAITAN DENGAN ASAL MUASAL

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">■ kualitas atau karakteristik pada prinsipnya atau secara eksklusif disebabkan oleh lingkungan geografis khusus dengan faktor alam dan manusia yang melekat■ produksi, pengolahan dan penyiapan di wilayah geografis tertentu | <ul style="list-style-type: none">■ Kualita, reputasi, atau karakteristik lain yang khusus sebagai akibat dari geografis asalnya.■ Produksi dan/atau pengolahan dan/atau penyiapan di wilayah geografis tertentu |
|--|---|

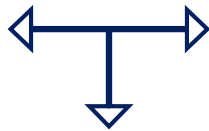
IG = hak yang melindungi kaitan antara produk dan asal geografisnya

- Lingkungan alam : **faktor alam**
 - ✓ Sumber daya Biologis: penanaman dan pengolahan
 - ✓ Iklim, air sungai, kayu yang digunakan untuk pengasapan ...
- *know-how* kolektif yang kuno: **faktor manusia**
 - ✓ Dalam menggunakan unsur-unsur lingkungan untuk memproduksi produk
 - ✓ Juga tanpa faktor-faktor alam
- **Kaitan tersebut tercermin** dalam **spesifikasi IG** :
 - ✓ Deskripsi produk, metode produksi, wilayah geografis
 - ✓ Diperiksa oleh otoritas publik
 - ✓ Biasanya sangat dilindungi

IG : kaitan antara tempat, orang, dan produk



Tempat Produksi
(iklim, tanah, ketinggian
wilayah ...)



Produk
(Kualitas, karakteristik, reputasi...)



Penghasil Produk
(know-how, organisasi,
sejarah ...)

Tujuan dan Manfaat IG

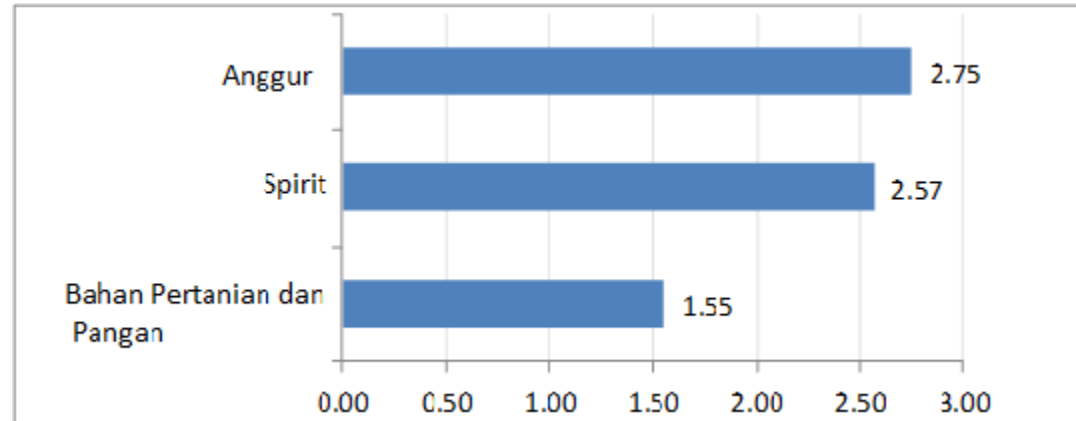
- 1. Melindungi nilai tambah dari suatu produk
- 2. Perlindungan terhadap penyerobotan nama
- 3. Pembangunan Daerah /Wilayah
- 4. Perlindungan pengetahuan tradisional dan lanskap

Tujuan 1

- Dampak pada harga

Harga premium di UE

- IG = nilai premium
- Harga produk IG **2.23** kali lebih tinggi dari pada harga produk non-IG yang sama (rata-rata)



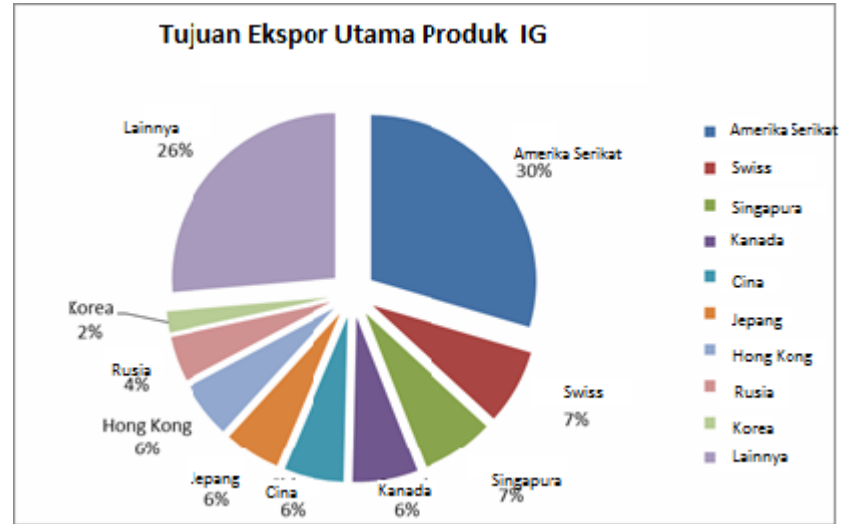
/!\ tidak mencerminkan profitabilitas skema IG karena tidak memperhitungkan biaya tambahan untuk memenuhi spesifikasi IG

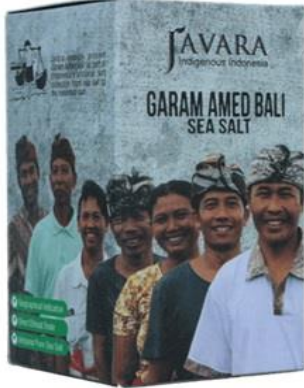
Sumber: survei AND-International untuk DG AGRI (2012)

Destinasi Penjualan

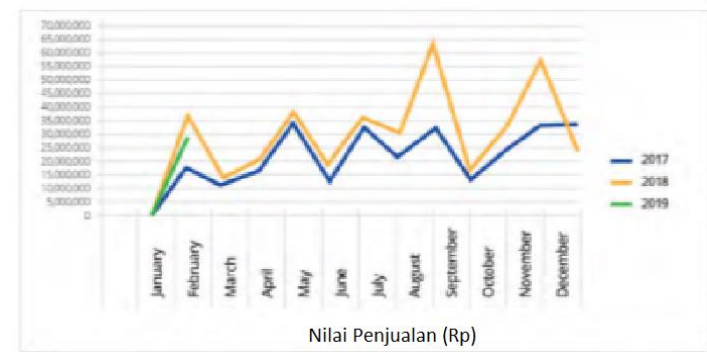
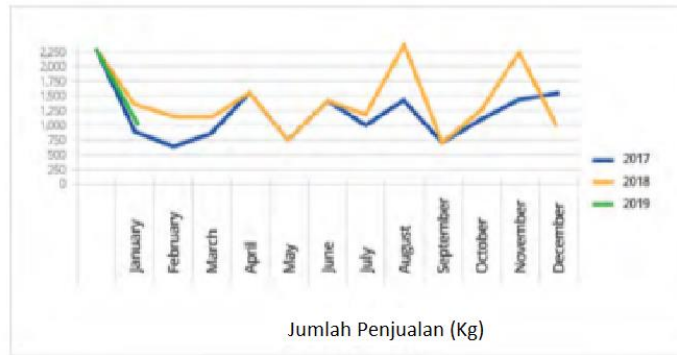
60% penjualan : pasar domestik
20% pasar UE
20% di negara ketiga

- 663 IG UE dijual hanya di negara yang memproduksi
- 1525 IG EU yang diekspor
 - 1224 anggur,
 - 231 produk pertanian
 - 70 *spirits*)





- diproduksi di pesisir laut secara tradisional
- Sebelumnya harga garam sangat murah, hanya Rp 3,000-5,000/kg dan berkurangnya daratan karena pengembangan pariwisata.
- Setelah pendaftaran IG
- 2018: grosir :Rp 27,000-35,000/kg
kemasan: Rp 60,000-70,000/kg



Tujuan 2

- Perlindungan IG : Perlawanan terhadap penyerobotan nama

Penggunaan/Imitasi IG

UE	Lisbon/Jenewa	Tambahan TRIPs	Dasar TRIPs
Tidak ada penggunaan komersil secara langsung atau tidak langsung	Tidak ada penggunaan yang tidak memenuhi ketentuan AO/GI	Tidak ada penggunaan	Tidak ada penggunaan hanya jika mengecoh masyarakat sebagai produk origin : harus dibuktikan
Tidak ada penyalahgunaan, imitasi, atau evokasi	Tidak ada imitasi		X
bahkan jika asal sebenarnya dicantumkan, jika dalam terjemahan, jika menggunakan pelokalan: gaya, jenis, metode, seperti diproduksi , imitasi atau sejenis			X



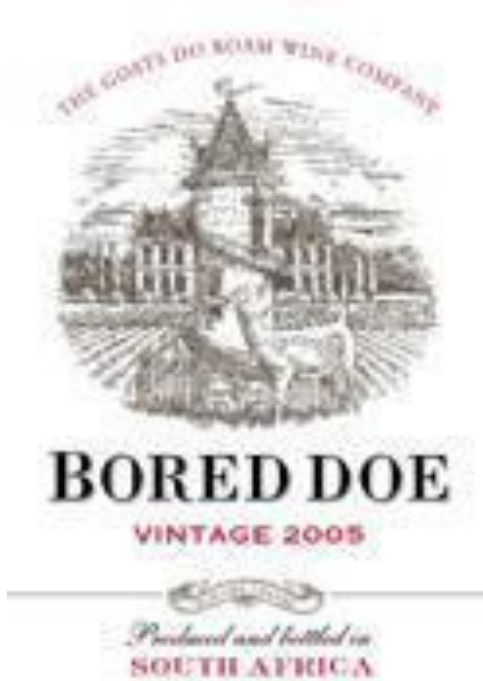
- Gorgonzola: PDO (Italia)
 - Tapi menggunakan Cambozola untuk keju lain
 - UE + Lisbon
- = evokasi Gorgonzola
- = dilarang (kasus C87-97 Pengadilan EU)



- Merek digunakan untuk ikan
- 2 PGI
- Salmon Skotlandia hasil budi daya dan salmon liar Skotlandia
- Ditolak oleh EUIPO



- Merek digunakan untuk minyak
- PDO Chianti Classico
- Minyak Zaitun
- Ditolak oleh EUIPO
(R 1474/2011-2, 16/1/2012)



- PDO Bordeaux (Perancis)
- Nama yang digunakan untuk anggur dari Afrika Selatan : akan dilarang di UE



- FETA merupakan produk PDO (Yunani)
- Tetapi digunakan untuk keju yang dibuat dan dijual di Thailand
- EU + Lisbon + TRIPs tambahan: akan dilarang
- Dasar TRIPs : dilarang jika konsumen terkecoh



- PGI Pruneau d'Agen (Perancis)
- Digunakan untuk buah dari California

Penggunaan IG untuk barang yang tidak sejenis

UE	Lisbon/Jenewa	Tambahan TRIPs	Dasar TRIPs
Penggunaan yang mengeksploitasi reputasi tidak diperbolehkan	Tidak ada penggunaan yang mengindikasikan hubungan antara AO/IG, merugikan, merusak reputasi,;bahkan jika asal sebenarnya disebutkan, jika diterjemahan, jika digunakan pelokalan: gaya, jenis, metode, yang dihasilkan, imitasi atau sejenis	X	X

Barang Tidak Sejenis



- Champagne = PDO (Perancis) untuk anggur sparkling
- Digunakan untuk parfum
- Perancis : dilarang (nama diubah menjadi Yvresse)
- TRIPs: diperbolehkan

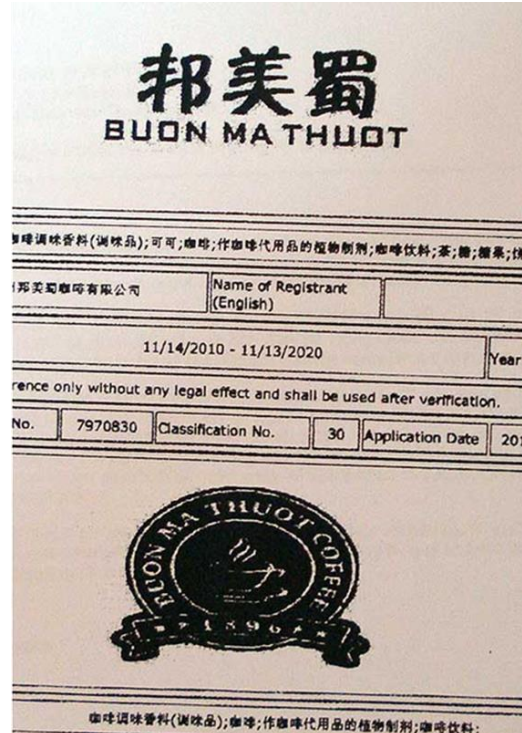
Hubungan dengan merek terdahulu atau belakangan dengan nama yang sama dengan IG

UE	Lisbon	Tambahan TRIPs	Dasar TRIPs
Merek terdahulu: Berdampingan dengan PDO/PGI + jika Merek terdahulu didaftarkan dengan itikad baik	Merek terdahulu: Berdampingan dimungkinkan jika Merek terdahulu didaftarkan dengan itikad baik	Merek terdahulu: Asas pengecualian peraturan Berdampingan dimungkinkan dalam legislasi nasional.	
Tidak Boleh ada Merek yang Didaftarkan setelah produk IG terdaftar			Tidak Boleh ada Merek yang Didaftarkan setelah produk IG terdaftar Hanya jika mengecoh masyarakat

Merek posterior

Buôn Ma Thuột coffee, Việt Nam

- IG di Vietnam:
Terdaftar pada
tahun 2005



- Merek terdaftar di Cina pada 4/2011:
- Dibatalkan pada 5/2014 setelah gugatan dari Asosiasi dan pemerintah Vietnam

Tujuan 3

- Dampak bagi pembangunan daerah

IG = Bagian dari Perancis yang Signifikan /Pertanian UE

- Perancis: sektor IG = 14,5 % berasal dari sektor pangan dan minuman
- Perancis: 1 dari 4 petani terlibat dalam produksi IG

Pengembangan Wisata : Festival IG di Perancis untuk Caai dari Espelette



Wisata

- ❑ Desa Espelette, jendela toko PDO
- ❑ Tahun 2016: **500.000** orang mengunjungi Espelette
- ❑ Setiap tahun, **30.000** orang menyaksikan festival tradisional *Pilment d'Espellet*

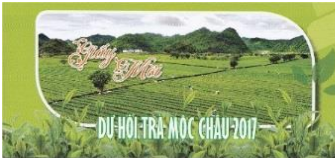
Ekonomi

- ❑ 65% penghasil produk hidup dengan *Pilment d'Espelette*
- ❑ 77% penghasil produk bertransformasi dan menjual produksinya
- ❑ 10% penghasil produk memiliki toko
- ❑ 250 lapangan pekerjaan dijamin tersedia di wilayah *Pilment d'Espelette*

InterIG – Séte – 4 Oktober 2018

Pengembangan Wisata : Festival IG di Vietnam





DU HỘI TRÀ MỘC CHÂU 2017

**ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH SƠN LA
TRẦN THƯỜNG KIỆM BÀN**
Bà. Delphine Marie - Việt Nam

Nghịên cứu viên của Tổ chức CIRAD tại Việt Nam

**TÔI DUY
HỘI TRÀ MỘC CHÂU 2017**

Thủ giám: Từ 19h00 ngày 07 tháng 4 năm 2017
Hội điểm Công ty Cổ phần Vinata Múi Châu
Thị trấn Nông Trường, Huyện Mộc Châu
Rất hân hạnh được đón tiếp!

TM. ƯỚC THỰC
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Phạm Văn Thủy

**CHƯƠNG TRÌNH
HỘI TRÀ MỘC CHÂU 2017**

CÁC HOẠT ĐỘNG CHÍNH	THỜI GIAN	ĐỊA ĐIỂM
Trưng bày, quảng bá các sản phẩm chế biến từ lá chè "Sắc màu Cao nguyên" Tham quan, du lịch các đồi chè Khảo mוע Hội trà, thưởng trà nghệ thuật "Hương sắc Thảo nguyên"	Ngày 07/4/2017 Cả ngày Cả ngày 7h30 - 22h00	Công ty CP Vinata Múi Châu Công ty CP Vinata Múi Châu Cảnh đồng chè của các công ty Công ty CP Vinata Múi Châu
Thi hái chè Tham quan dây chuyền sản xuất chè của Công ty CP Vinata Múi Châu Tham quan chế biến sản phẩm chè của Công ty TNHH LIGARDEN Việt Nam Thi Trưng bày không gian trà, các sản phẩm trà, nghệ thuật pha trà Chương trình "Tặng quà người làm chè" và Chung kết cuộc thi "Tài năng người làm chè"	Ngày 08/4/2017 8:00 - 9:30 9:30 - 11h00 11:30 - 15h45 16h00 20h00	Lũ chè Sò, dơn vè 69 Nhà máy Công ty CP Vinata Múi Châu Tiểu khu Múa Đường, thị trấn Nông Trường Mộc Châu Công ty CP Vinata Múi Châu Công ty CP Vinata Múi Châu
Trưng bày, quảng bá các sản phẩm chế biến từ lá chè "Sắc màu Cao nguyên" Tham quan, du lịch các đồi chè	Ngày 09/4/2017 Cả ngày	Công ty CP Vinata Múi Châu Công ty CP Vinata Múi Châu Cảnh đồng chè của các công ty



Tujuan 4

- Dampak bagi pelestarian keaneka ragaman hayati dan pengetahuan tradisional

- Kasus Ardèche Chestnut di Perancis : 5 varietas tradisional
- dan pengolahan tradisional yang berkaitan



- Manfaat ini bergantung pada isi dari spesifikasi IG

- Kasus Khao Kai Noi di Laos (terdaftar pada 11/2018):
4 varietas tradisional
- Dan penanaman secara tradisional yang terkait



Perlindungan IG di pasar luar negeri

3 cara pendaftaran di pasar luar negeri

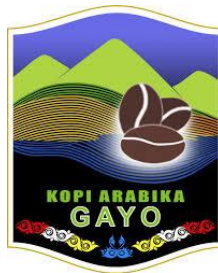
- **Pendaftaran perorangan di setiap negara tujuan ekspor**
 - Oleh asosiasi penghasil produk IG
- **Perjanjian perdagangan bilateral/multilateral**
 - Dinegosiasi oleh UE
- **Sistem Lisbon**
 - Oleh asosiasi penghasil produk IG atau oleh instansi pemerintah yang berwenang

1. IG yang terdaftar secara perorangan (contoh)

Pendaftaran Perorangan

Indikasi Geografis UE terdaftar di Indonesia

IG Indonesia terdaftar di UE



Scotch
Whisky
(Skotlandia)



Parmeggiano
(Italia)



Kopi
Arabika
Gayo

- Lamphun Brocade Thai Silk
 - In Indonesia
 - In India
- Kopi Doi Tung
 - UE
 - Kamboja
- Isan Thai Lan silk
 - Di Vietnam
 - Di Malaysia
- Dll...

Prosciutto di Parma (Parma Ham) Italia

- PENDAFTARAN/PERLINDUNGAN GANDA :
- **Logo produk IG:** Merek (dimiliki dan dilaksanakan oleh Asosiasi IG)

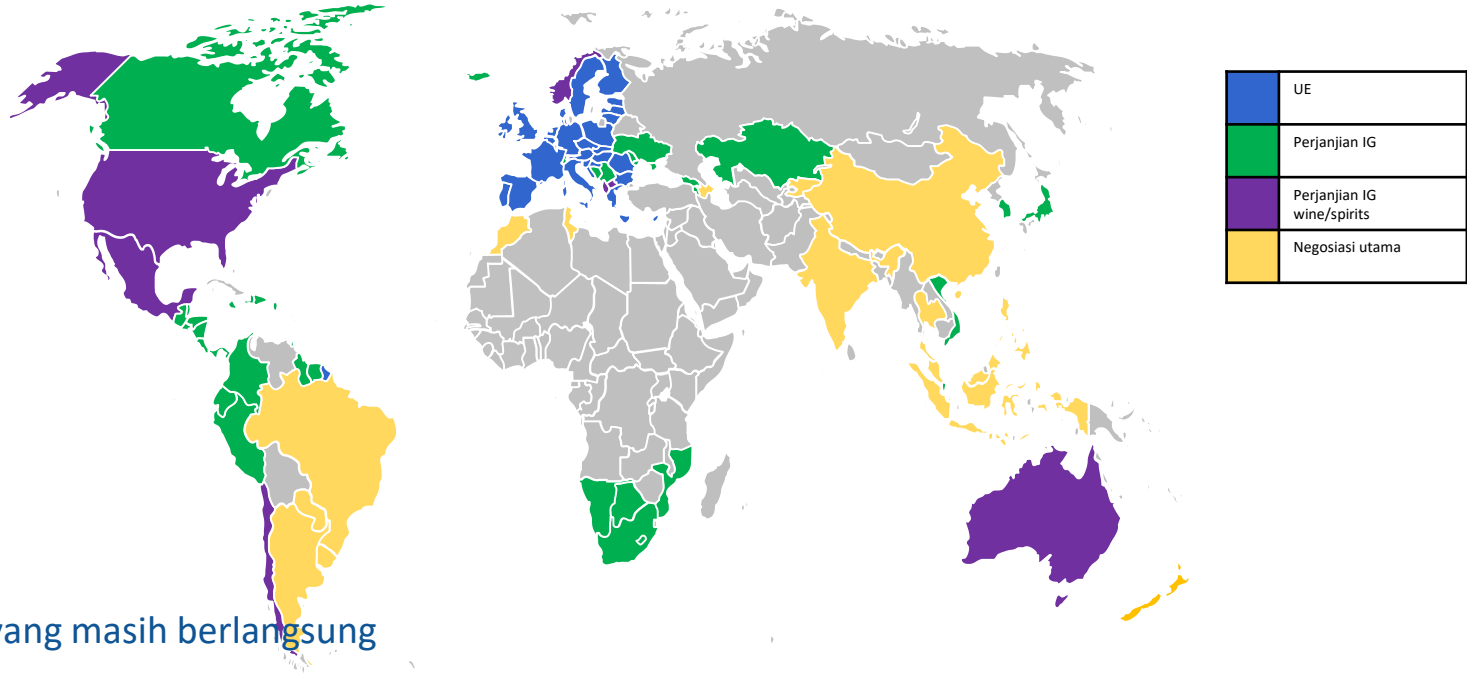
Prosciutto di Parma sertifikasi merek TM +
Merek kolektif Consorzio



- **IG (dengan pelaksanaan oleh badan pengatur + Asosiasi IG)**



2. Pendaftaran IG Internasional di UE melalui FTA



16 negosiasi yang masih berlangsung

34 perjanjian disepakati atau berlaku

«Prosciutto di Parma» daging babi, di Kanada :

- CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement) dengan Kanada, 2017
- Memungkinkan berdampingan antara prosciutto di Parma PDO dan merek Kanada terdahulu untuk daging babi (ham) yang diolah di Kanada
- Sebelumnya, tidak mungkin bagi penghasil produk PDO untuk melakukan ekspor ke Kanada



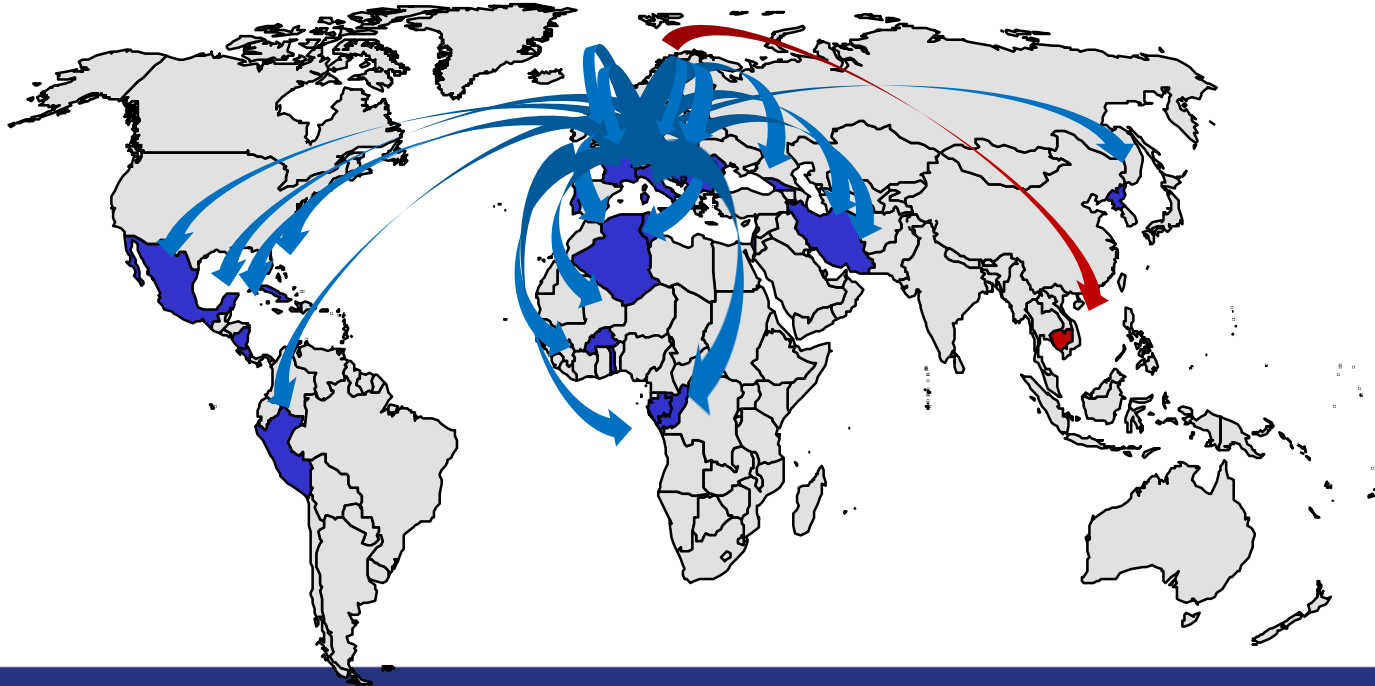
FTA untuk perlindungan IG Asia di UE

- 2007: UE dan ASEAN memulai negosiasi
 - Kurangnya perkembangan : meneruskan negosiasi FTA dalam format bilateral dengan negara-negara anggota ASEAN.
- Bilateral sejak
 - 2010: dengan Singapura (**disepakati 2018**), Malaysia
 - 2012: dengan Vietnam (**disepakati 30/6/2019**: 39 IG Vietnam ; 169 IG UE)
 - 2013: dengan Thailand
 - 2015: dengan Filipina
 - 2016: dengan **Indonesia**, negosiasi putaran ke-8 (Juni 2019)

3. Sistem Lisbon

- **Persetujuan Lisbon 1958 – 28 negara**
- Untuk memfasilitasi perlindungan internasional untuk appellations of origin (AOs) melalui prosedur pendaftaran satu pintu
 - diatur oleh WIPO: Pendaftaran Internasional appellations of origin
- **Geneva Act 2015**
 - Untuk membuat Sistem Lisbon lebih menarik
 - Akses oleh Kamboja pada 9 Maret 2018

Cakupan Wilayah Geografis : Permohonan tunggal = perlindungan di 28 (+1) Negara



Contoh kisah sukses IG

Studi kasus : Comté Cheese di Perancis



Merek Perorangan

Label IG Eropa (DOP)

Nama IG (terdaftar)
+ logo IG (berdampingan
dengan Merek)



Comté Cheese vs Emmental

Comté vs Emmental: asal daerah berdekatan tetapi strategi pengembangan yang bertentangan

Asal

- Area geografis
- Hambatan teknis untuk pengawetan susu

COMTE

Strategi P.D.O.

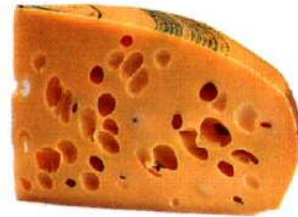
Perlindungan warisan budaya dan pembangunan daerah



EMMENTAL

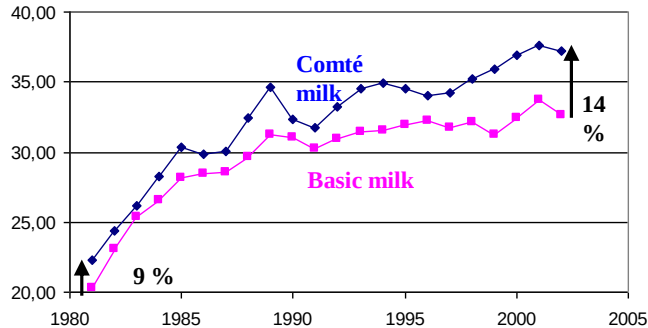
Strategi Industrial

Produk generik dan produk pelokalan

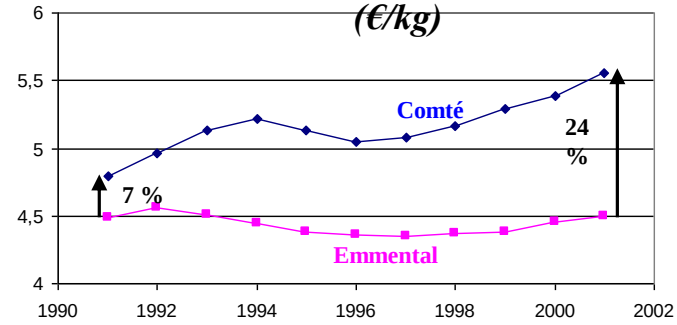


Comté Cheese di Perancis

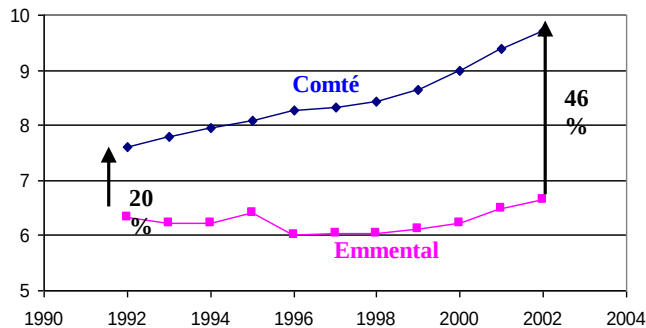
Harga susu (€/hl)



Harga gross – jatuh tempo (€/kg)



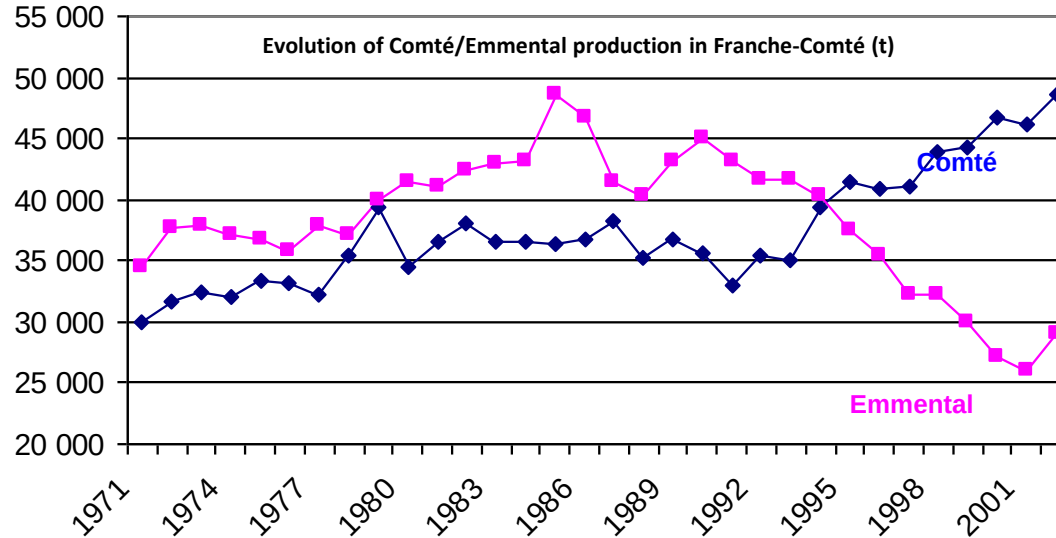
Harga eceran (€/kg)



- Dampak ekonomi yang positif pada setiap tahapan rantai nilai
- Meningkatkan perbedaan harga pada rantai nilai

Comté Cheese di Perancis

- Dampak positif pada jumlah produksi :
 - Produksi Comté cheese : + 3%/year selama 10 tahun terakhir
 - Menurunkan produksi lokal Emmental

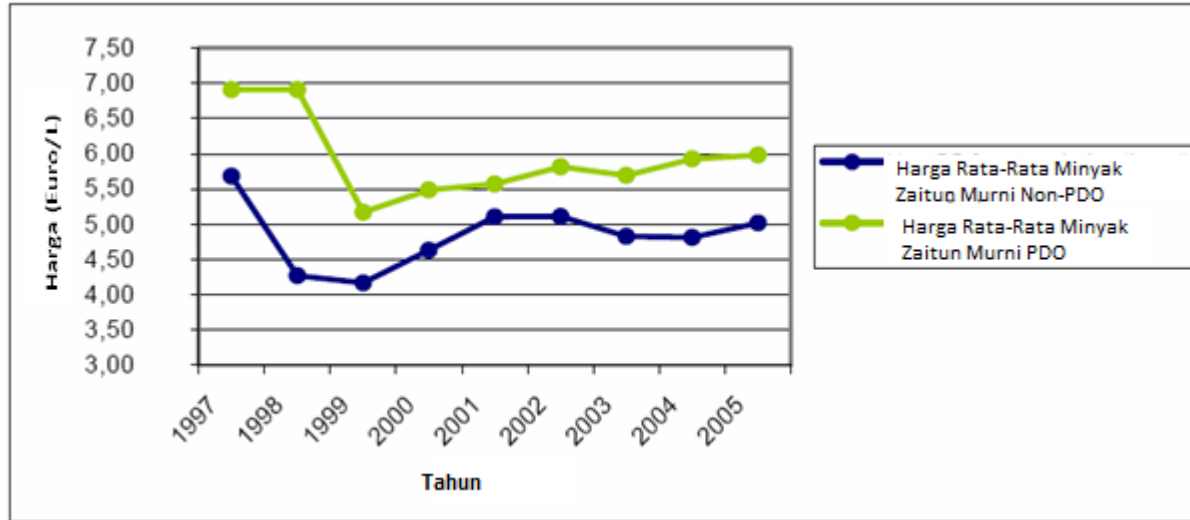


Promosi: strategi multimedia (situs, koran, TV ..)



[Link](#)

Minyak Zaitun Baena (Spanyol)



Sumber : Studi kasus « Baena » PDO minyak zaitun murni. F. Caceres Clavero, C. Riccioli, E. Martinez Navarro, R. Garcia Collado. Junta de Andalucía/JRC-ITPS

IG “hati angsa gendut dari Barat Daya” (Perancis)



1) Informasi kepada konsumen melalui pemberian label

Perjanjian lebih dari 7.000 label sejak 2003 (1045 label di tahun 2015)
Kewajiban menyebutkan PGI dalam label

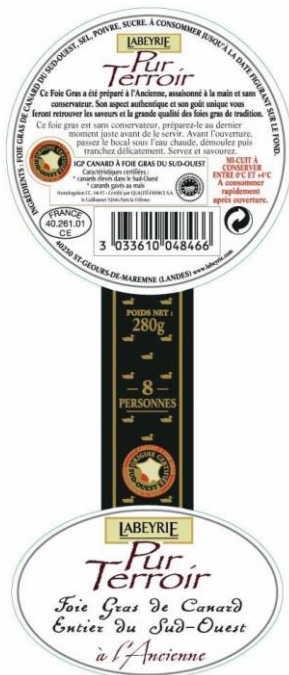


Merek Kolektif



IG “Hati angsa gendut dari Barat Daya” (Perancise):

Merek Nasional



Labeyrie
Pur Terroir

PGI Canard à Foie Gras du Sud-Ouest – 15 Mei 2008



Montfort
Les Authentiques

Kombinasi IG, Merek Koletif, Merek

Toko Retail
Label khusus



Auchan

CANARD À FOIE GRAS
DU SUD-OUEST

(CHALOSSE - GASCogne
GERS - LANDES
PÉRIGORD - QUERCY)



IGP

Promosi IG untuk “Hati angsa gendut dari Barat Daya”

Dana UE untuk Peningkatan Kesadaran akan Kualitas (Regulasi 226/2000)

- Menginformasikan, menjelaskan, dan menilai konsep IG
- Mendukung pesan-pesan IG untuk memicu permintaan
- Memotivasi penghasil produk untuk menggunakan tanda IG pada produknya.

Kewajiban (subsidi masyarakat) :

- Mengkomunikasikan simbo UE / menjamin pengawasan resmi
- JANGAN menyampaikan nama perusahaan.



Anggaran untuk Promosi Kolektif :

- **65% : media dan wartawan**
- 25% : pameran dagang
- 5 % : humas, 5%: pelatihan untuk siswa bisnis perhotelan



Perbandingan harga
tahun 2004 (sebelum IG) sampai
2012

- di Petani
8 baht/kg → 23 baht/kg
- Harga retail
35 baht/kg → 50 baht/kg

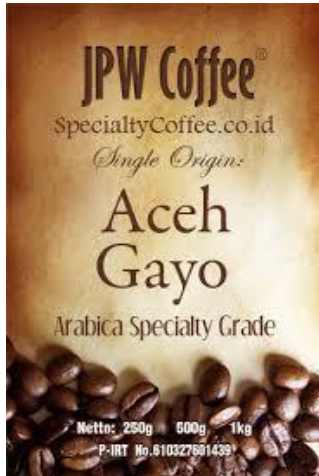
Sumber: Department of Intellectual Property, Kementerian Perdagangan Thailand, 2012



Wilayah produksi terdaftar dan potensial : 3500 ha di 6 kabupaten. Luas wilayah antara 900 – 1300 m

Tujuan: untuk memperoleh pengakuan yang sepatutnya dan menghindari penyalahgunaan nama daerah.

- Menurunnya penyalahgunaan nama di luar Gayo
- Meningkatnya kualitas dan kemasan
- Tim Pencicipan Kopi
- Harga meningkat dari Rp 35-50,000 menjadi 100-120,000/kg .



V. Kesimpulan

Kesimpulan

- IG: alat yang menarik untuk mempertahankan dan mempromosikan produk origin di era globalisasi: pengalaman sukses Eropa
- Banyak negara di Asia yang bergerak dinamis: sejumlah IG dengan kisah sukses : Kopi Arabika Gayo dan Kopi Kintamani Bali, Nước mắm Phú Quốc, Lada Kampot..
- Perlindungan di UE tersedia untuk IG internasional , melalui rute yang berbeda: untuk akses ke pasar UE ... tapi juga argumen yang kuat untuk mengembangkan pasar nasional dan regional!



Terima kasih atas perhatiannya

denis.sautier@cirad.fr



Promoting Intellectual
Property Rights in the
ASEAN Region

**TERIMA
KASIH**



Funded by the European Union



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