



ARISE+
ASEAN Intellectual Property Rights

Promoting Intellectual
Property Rights in the
ASEAN Region

SEMINAR TENTANG INDIKASI GEOGRAFIS

Denis SAUTIER, PhD
Senior Agrofood
CIRAD – FRANCE
Bali | 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)

PERAN, FUNGSI DAN MODEL BISNIS ORGANISASI IG KOLEKTIF

1. Mengapa membentuk asosiasi?

- Produk IG merupakan suatu warisan **masyarakat penghasil produk**, yang bertanggungjawab untuk membangun reputasi produk, berdasarkan pengetahuan dan tata laksana yang khusus.
- **Seluruh anggota** dalam komunitas harus berperan serta dalam inisiatif IG.
 - ✓ Pemangku kepentingan terlibat di berbagai tahapan produksi (misalnya, penghasil produk bahan mentah, masyarakat/instansi daerah, pengolah, distributor).
- Suatu produk lokal hanya dapat menjadi IG yang terkenal jika didukung oleh komunitas penghasil produk yang **aktif dan terorganisir**, umumnya sebagai suatu asosiasi, dalam bentuk badan hukum apa pun
- Untuk menghindari terjadinya **tragedi IG**: *perangkap kurang pemanfaatan!*

- Membuat Spesifikasi IG.
- Berperan serta dalam pelaksanaan pengawasan.
- Mengidentifikasi dan memperbarui daftar anggota (pengguna).
- Memberikan konsultasi teknis (pelatihan, prosedur, dokumen pendaftaran).
- Mempromosikan dan memasarkan produk IG.
- Melawan penyalahgunaan dan pelanggaran.

Apa yang **TIDAK** dilakukan Asosiasi IG?

- Memproduksi/mengolah produk!
- Membeli dan menjual produk!
- Memiliki produk!

Asosiasi IG mengelola IG, dan bukan merupakan koperasi penghasil produk :

Asosiasi IG lazimnya memerlukan staf khusus untuk melaksanakan tugas asosiasi.

- DI UE : hanya kelompok atau, dalam keadaan tertentu, individu atau badan hukum, yang berhak mengajukan permohonan pendaftaran.
 - asosiasi apa pun dari penghasil dan/atau pengolah produk yang yang mengerjakan produk pertanian atau bahan pangan yang sama, terlepas dari bentuk badan hukum atau susunannya

Berbeda dengan Asia: permohonan diajukan oleh instansi pemerintah

- Indonesia :
 - pedoman IG merekomendasikan asosiasi/koperasi
 - praktiknya: mayoritas oleh pemerintah daerah
- Thailand:
 - praktiknya: mayoritas oleh pemerintah daerah
- India:
 - praktiknya: mayoritas oleh instansi pemerintah
- Vietnam:
 - IG dimiliki oleh Negara
 - praktiknya: selalu oleh pemerintah daerah

- Asosiasi IG – dalam suatu Wilayah Geografis – sebelum menjual produk di pasaran, memastikan pengawasan kualitas dengan :
 - Menyediakan alat pengawasan mandiri,
 - Mengatur “pengawasan internal” tempat produksi/pengolahan dan produk jadi
 - Memilih dan berkoordinasi dengan lembaga pengawas eksternal (jika ada)
 - Memastikan ketertelusuran semua penghasil produk
 - Membantu penyelesaian konflik dan melakukan mediasi jika terjadi sengketa
- **Pertanyaan terbuka:**
 - Apakah harus menjadi anggota asosiasi jika ingin menggunakan IG?

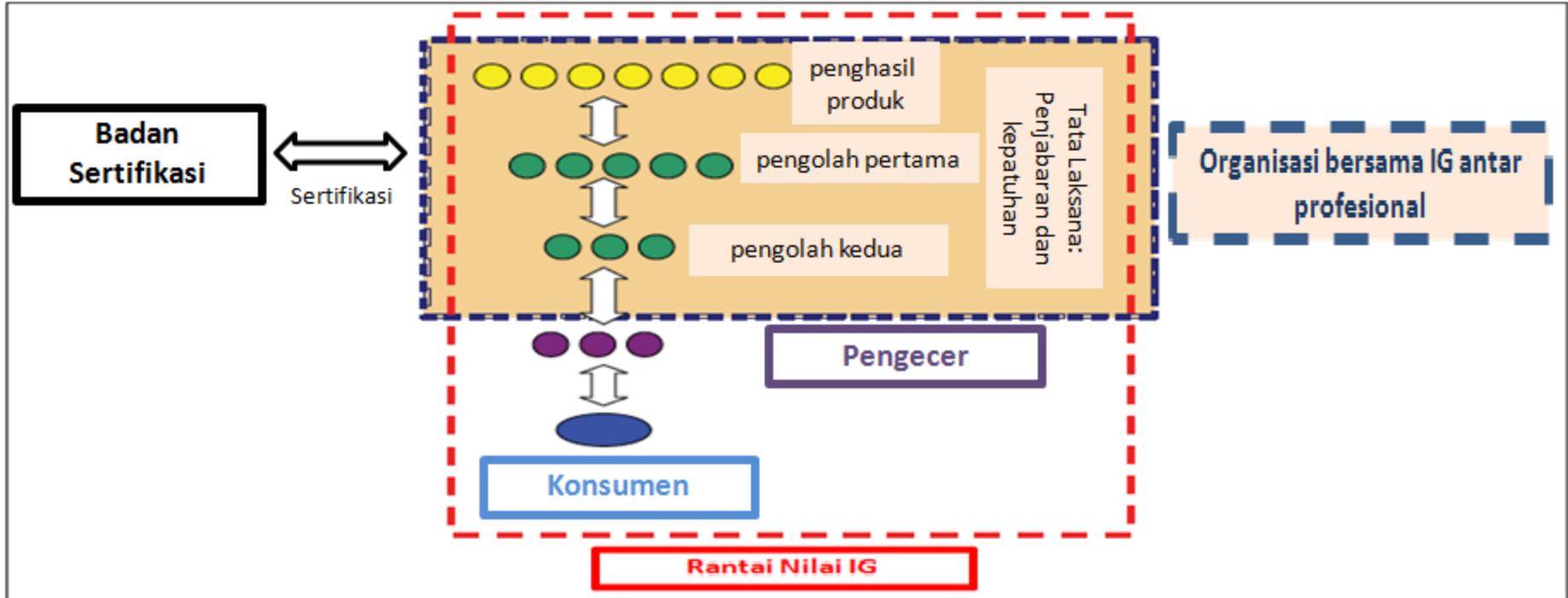
- Promosi nama IG: bukan promosi penghasil produk/perusahaan tertentu
- Kegiatan/Pameran/Festival
- Penjualan dan memberikan kesempatan konsumen mencoba produk
- Selebaran dan buklet untuk konsumen dan penghasil produk
- Situs web asosiasi
- Kerja sama dengan dinas pariwisata
- Pameran foto ...

- Terutama merupakan peran pihak yang berwenang– “polisi pasar”, perlindungan yang lebih luas untuk memastikan bahwa IG tidak diserobot.
- Tapi Asosiasi IG harus berkontribusi dengan
 - Mengawasi pasar dan memperingatkan pihak yang berwenang
 - Upaya hukum di pengadilan

2. Pembentukan Asosiasi IG

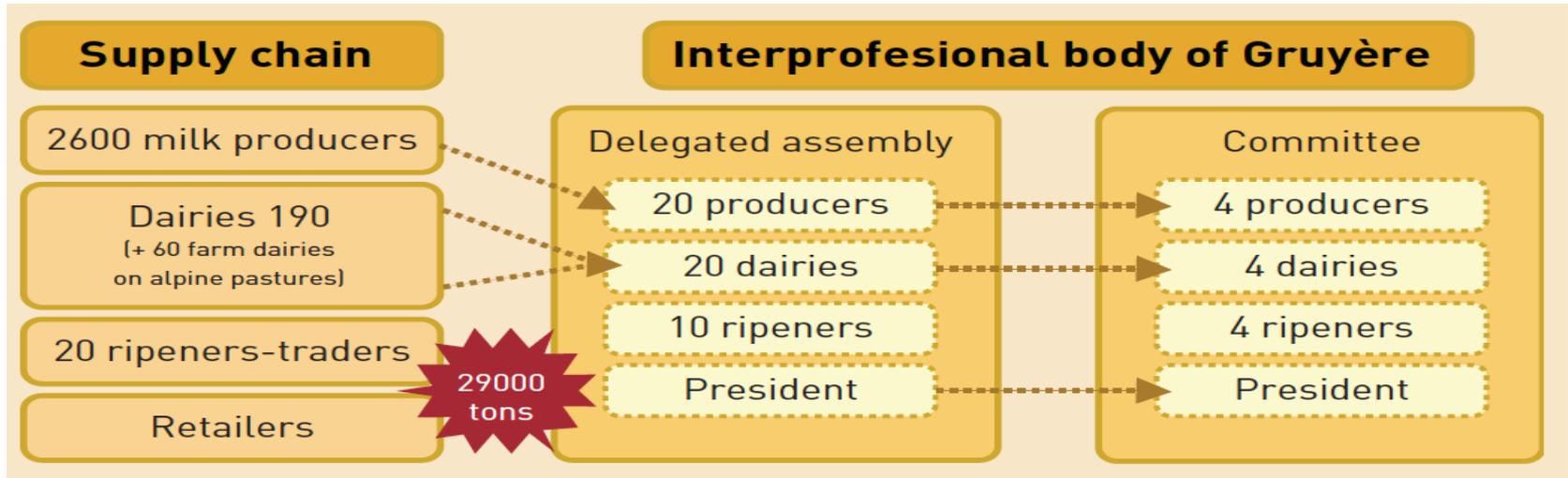
- **Pertanyaan penting** untuk dijawab:
 - ✓ Siapa yang harus menjadi bagian dari Asosiasi IG ? Semua orang (Perancis) atau perwakilan (Swiss)
 - ✓ Bagaimana pangsa pasar yang berbeda dalam rantai nilai direpresentasikan?
 - ✓ Apakah Asosiasi IG berbentuk “kamar dagang”?
- **Persyaratan** = Memahami rantai nilai (*value chain*)
 - ✓ Memiliki gambaran yang jelas tentang: tahapan utama rantai nilai, pemangku kepentingan utama yang terlibat dalam rantai nilai, alur produksi (dan produk sampingan) sepanjang rantai tersebut.

Keterwakilan : Terdiri atas semua pemangku kepentingan yang mempengaruhi kualitas



Asosiasi IG yang mana?

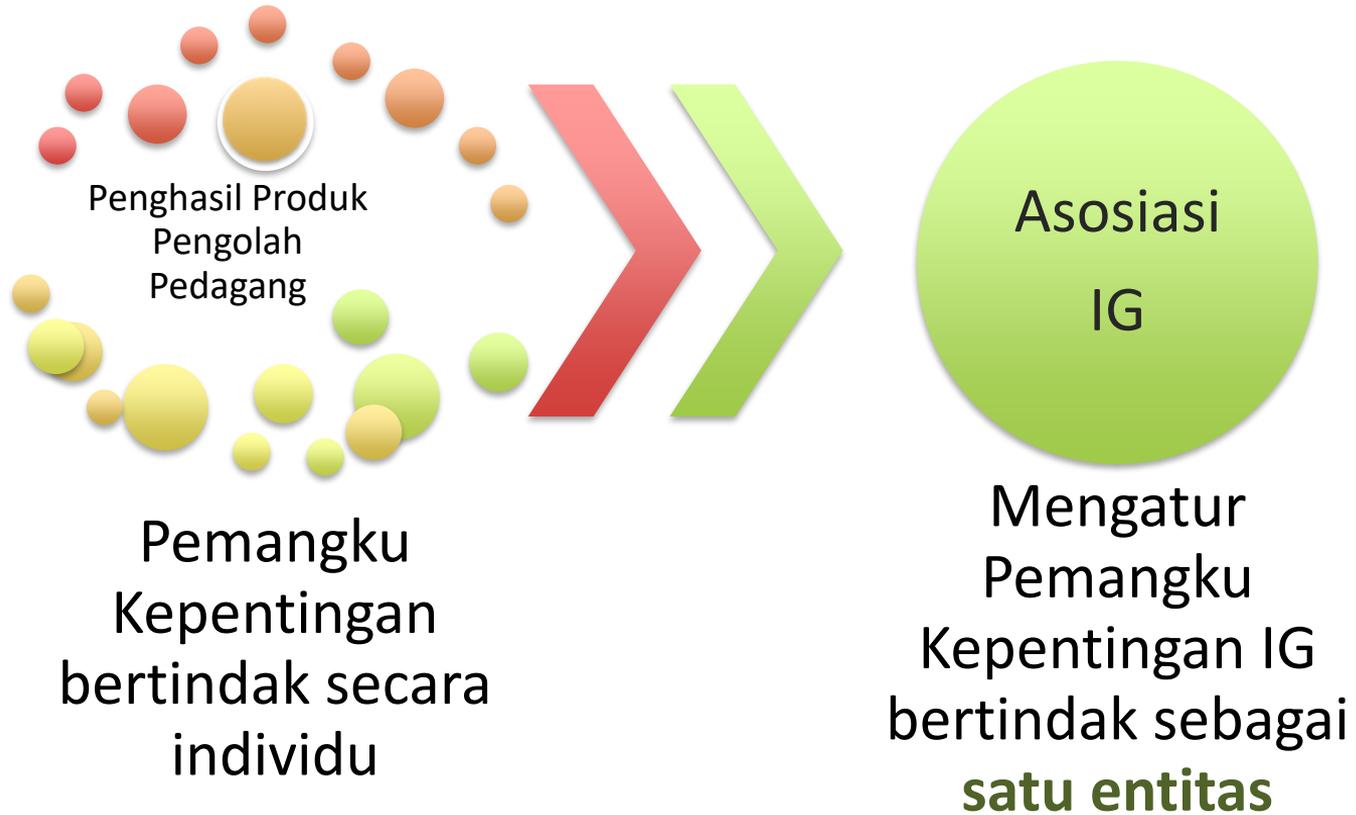
- Berbagai bentuk di UE
 - Consorzio, Organisation de Défense et de Gestion (ODG): Consejo regulador, Interprofession atau Interprofessional Body (IPB)
- Dapat berdiri sendiri, atau merupakan bagian dari organisasi yang lebih besar (Lembaga Produk)
- Keanggotaan Asosiasi yang tidak diskriminatif: satu-satunya kriteria adalah: kepatuhan terhadap spesifikasi IG
- **Peraturan** dan **mekanisme pengambilan keputusan** yang jelas dan transparan
- Dapat menyertakan atau tidak menyertakan pemerintah
- “Bukan organisasi komersil”



- **Mengkomunikasikan** sebanyak mungkin konsep dan mengundang pemangku kepentingan rantai nilai serta otoritas publik untuk berkonsultasi
- Membentuk **kelompok kerja yang terdiri dari orang-orang yang bermotivasi** (idealnya, berbagai jenis pemangku kepentingan dalam Rantai Nilai)

- **Meneguhkan Asosiasi IG secara formal** melalui penyelenggaraan “Rapat Umum” resmi yang pertama; melalui pemilihan komite (dan lainnya), sekretariat; melalui pemungutan biaya keanggotaan (sesuai dengan volume produksi).

- **Bekerja secara simultan atas berbagai permasalahan,** daftarkan IG hanya jika semua hal sudah siap
 - spesifikasi IG
 - rencana pengawasan
 - asosiasi IG (statuta, peraturan, perangkat ketertelusuran, dan sumber pendapatan)
- **Menyeimbangkan** antara Asosiasi IG/otoritas publik.



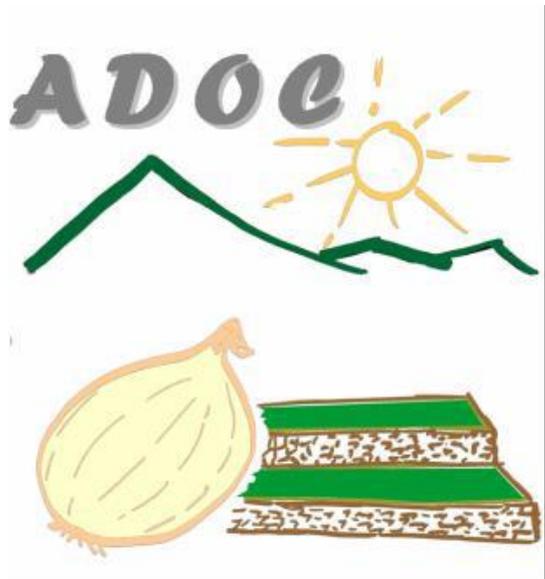
- Semua layanan ini memerlukan dana
 - Pengawasan kualitas dan Promosi merupakan layanan yang berbiaya paling besar
- Pendapatan Internal (yakni, pendapatan yang diperoleh dengan memberikan layanan bagi para anggota):
 - Biaya tahunan keanggotaan
 - Kontribusi per volume (CpV)
- Pendapatan Eksternal
 - Subsidi dari berbagai instansi pemerintah atau LSM

- Harus mencakup biaya tetap tertentu :
 - struktur pengambilan keputusan (rapat direksi)
 - informasi internal (selebaran informasi)
- Berikan hak para anggota untuk mendapatkan informasi dan partisipasi
- Harus ditentukan pada tingkatan mana semua dapat berpartisipasi

- Pengguna IG membayar berdasarkan volume produksi
- Penting untuk mengidentifikasi titik paling baik dalam rantai nilai untuk melihat kontribusi
- Biasanya sumber utama keuangan
- Di UE CpV sebesar 0,5 % hingga 8% dari nilai produk jadi : (0,5% untuk Lada Kampot)

3. Contoh Asosiasi IG : Bawang Manis dari Cévennes, Cabai dari Espelette (Perancis)

Bawang Manis Cévennes, Perancis



- 1987 Pembentukan Asosiasi valorisasi bawang bombay manis
- 1991 Pembentukan Koperasi “Origin Cevenne” untuk pemasaran
- 1996 Pembentukan Asosiasi untuk pendaftaran AO
- Sejak 2003 – 2010 :
 - pengesahan Asosiasi IG oleh otoritas nasional Perancis yang menangani IG (INAO),
 - permohonan dan pendaftaran di tingkat UE
 - validasi rencana pengawasan
 - pemilihan badan pengawas : Qualisud

- Anggota:
 - 109 penghasil produk
 - 2 pengolah (= pengemasan dan komersialisasi)
 - 19 penghasil produk & pengolah
- Direksi Administrasi : 13 anggota
- Dewan Eksekutif :
 - 1 ketua, 1 wakil ketua, 1 Sekretaris, 1 Akuntan Keuangan
- Pemasaran :
 - 1 rapat umum/tahun: 1 anggota = 1 suara
 - AB: 3 pertemuan/tahun, pertemuan dengan agenda tertentu (promosi)

- Pendapatan Internal
 - Biaya 30 €/ton penjualan dengan AO
- Pendapatan Eksternal dari Pemerintah Provinsi + EU
 - untuk promosi dan komunikasi
- Biaya-biaya:
 - 60% untuk Asosiasi IG (khususnya pengawasan internal)
 - 30% untuk pengawasan eksternal
 - 10% untuk INAO

- Habilitasi operator dan Memperbarui daftar
- Perencanaan Pengawasan
- 10% pembibitan diawasi
- 100% produksi tahunan diawasi
- Menindaklanjuti tindakan korektif
- Pembentukan komisi analisis sensori (untuk memastikan citarasa produk)
- Manajemen: perangkat lunak dan database

- Kegiatan/Pameran/Festival
- Penjualan dan pencicipan bawang
- Pamflet dan buklet untuk konsumen dan penghasil produk
- Situs web asosiasi
- Kerja sama dengan dinas pariwisata
- Pameran foto

Promosi, komunikasi : Chili Espelette

- ❑ Membuka museum cabai Espelette

👉 30.000 pengunjung/tahun



- ❑ Menawarkan alat komunikasi
- ❑ Menghubungkan antara media dengan penghasil produk

- ❑ Turut serta dalam berbagai kegiatan

- ✓ Pameran Pertanian Internasional (Paris)
- ✓ Kompetisi citarasa lokal dan nasional



- ❑ Komunikasi di media sosial



2310 followers

4. Contoh Asosiasi Promosi Lada Kampot, Kamboja



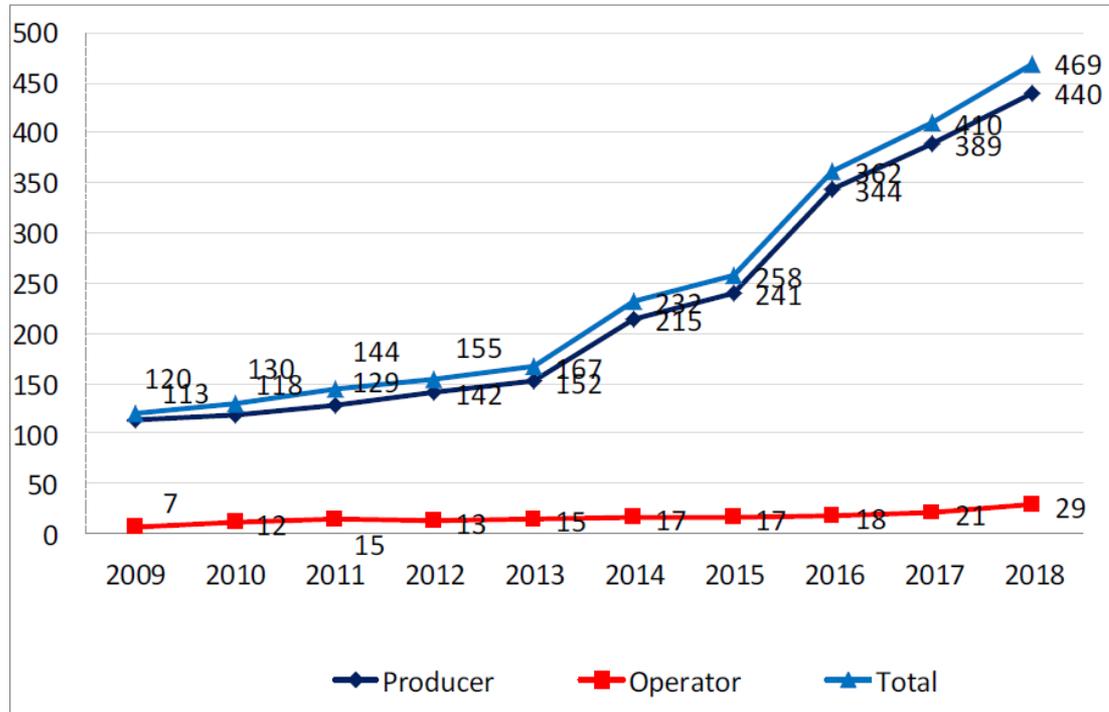
Asosiasi Promosi Lada Kampot

- Terdaftar di Kementerian Dalam Negeri N^o 293 pada tanggal 12 Desember 2009
- Alamat: AnkorCheyl, DamnakKantoutKhangTbong, Kampong Trach, Kampot
- Telepon: 092 752 572/092 618 011
- E-mail: kppa2008@yahoo.com/ kppa2008@gmail.com

Anggaran tahunan

KEGIATAN	ANGGARAN	%
Rapat direksi dan Komite Eksekutif	USD 954	3,3
Rapat dengan para anggota untuk mensosialisasikan statuta, peraturan internal, BoS dan pelatihan tentang keuangan	USD 250	0,9
Pendaftaran anggota baru	USD 565	2,0
Pelatihan inspektur internal	USD 100	0,2
Pengawasan internal	USD 4.000	14,0
Pengawasan eksternal	USD 6,700	23,4
Menutup neraca bulanan	USD 204	0,7
Promosi dan Pemasaran	USD 2.840	9,9
Rapat Umum Tahunan	USD 2,000	7,0
Fighting against frauds	USD 3.000	10,5
Pepper analysis including sensorial analysis	USD 1.200	4,2
Gaji pegawai dan lainnya	USD 6.850	23,9
TOTAL	USD 28.663	
TOTAL PENDAPATAN HANYA DARI BIAYA LAYANAN	USD 40.000	
SALDO	+11.337 USD	

Jumlah Anggota Asosiasi



Pengembangan alat promosi

- Selebaran
- Spanduk
- Video
- ...dll.

Kegiatan promosi melalui:

- Website (www.kampotpepper.biz), radio, televisi, majalah dan media lainnya
- Partisipasi dalam pameran di Kamboja dan di luar negeri



2.5. Alat Promosi Lada Kampot

រៀបចំ កំពត KAMPOT PEPPER
The Taste of Heritage

Ingredients (serves 2)

- 300g Lean Beef Sirloin (skirt)
- 4g Fine Salt
- 20g Kampot Black Peppercorn
- 10ml Lime Juice
- 10g Red Curry Paste
- 5g Shallot - Fish Paste
- 1 Red Bell Pepper
- 1 Green Bell Pepper
- 10g Shallot
- 100g Beef Stock
- 20g Kampung Spea 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. Marinate the beef with the Kampot black peppercorns and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with salt and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef turns a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and fish sauce

KAMPOT PEPPER
The Taste of Heritage

រៀបចំ កំពត

KAMPOT PEPPER
រៀបចំ កំពត

RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn



Ingredients (serves 2)

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

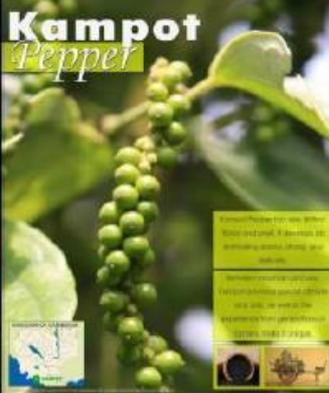
Method

1. Cut the beef in thick slices
2. Marinate the beef with the Kampot black peppercorns and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with salt and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef turns a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and fish sauce

Visit our website: www.kampotpepper.biz

GEOGRAPHICAL INDICATIONS
Protecting traditional brands for the benefit of rural producers

Kampot Pepper



Visit our website: www.kampotpepper.biz

RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn

Visit our website: www.kampotpepper.biz

រៀបចំ កំពត
KAMPOT PEPPER
The Taste of Heritage



Visit our website: www.kampotpepper.biz

រៀបចំ កំពត KAMPOT PEPPER
The Taste of Heritage

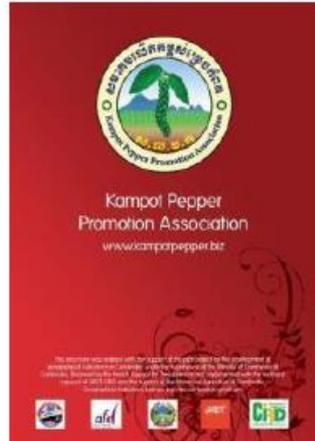
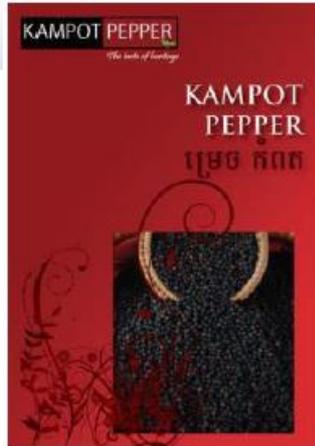
Kampot pepper's specificity comes from the mildness of its spice, the freshness and complexity of its aroma, and its exceptional lingering taste.



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.

រៀបចំ កំពត
KAMPOT PEPPER
The Taste of Heritage

Visit our website: www.kampotpepper.biz



Apron



Polo



Tee-shirt



5. Kesimpulan

- Asosiasi penghasil produk merupakan pemain kunci dalam pengelolaan dan kesuksesan IG:
 - ada banyak produk asli lokal, tetapi hanya yang didukung tindakan kolektif dapat menjadi IG yang berhasil
- Lebih baik membentuk asosiasi segera :
 - saat IG dalam pembuatan
 - saat penentuan persyaratan IG untuk produk akan memotivasi!



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)