



Les Indications Géographiques Protégées au Cambodge



Bilan et perspectives du projet pilote pour la protection des Indications Géographiques au Cambodge

Les Indications Géographiques Protégées: un outil de développement pour le Cambodge

La lutte contre la pauvreté est la première priorité du gouvernement du Royaume du Cambodge, comme cela est souligné dans le Plan Stratégique National de Développement 2006-2010. Cet objectif central est décliné en stratégies sectorielles mises en œuvre par les différents ministères. Pour l'Agriculture, notamment, cela se traduit par un objectif d'accroissement des revenus des petits agriculteurs. Face aux agricultures très compétitives de ses voisins Thaïlandais et Vietnamiens, le Cambodge veut mieux faire valoir la qualité de ses produits et en tirer de meilleurs prix.

Pour le Commerce, développer des marchés d'export à plus forte valeur ajoutée est également un enjeu important. Accroître la part de la transformation agro-alimentaire réalisée au Cambodge, et positionner des produits haut de gamme sur des marchés de niche peuvent être des éléments importants de cette stratégie.

Suite à son adhésion à l'OMC et avec l'appui de l'Agence Française de Développement le Cambodge s'est engagé sur la voie de la protection des Indications Géographiques. Du point de vue juridique, les « IG » sont une notion nouvelle au Cambodge, mais qui fait écho à une réalité culturelle bien ancrée dans notre pays : l'orange et le riz de Battambang, le durian et le poivre de Kampot, le Prahok de Siem Reap et bien d'autres produits sont recherchés et associés à une réputation de qualité dans tout le pays et même au-delà de nos frontières.

Les Indications Géographiques Protégées sont un outil pertinent et efficace pour faire reconnaître la qualité de ces produits, protéger leurs noms et leurs réputations et développer des marchés rémunérateurs. Elles représentent un réel potentiel de développement que le Ministère du Commerce et le Ministère de l'Agriculture souhaitent exploiter pleinement dans les années qui viennent.


S.E. Cham Prasidh,
Ministre d'Etat,
Ministre du Commerce


S.E. Chan Sarun,
Ministre de l'Agriculture,
des Forêts et de la Pêche



▲ Récolte de la sève pour la production du sucre de palme à Kampong Speu

Qu'est-ce qu'une « Indication Géographique Protégée (IGP) » ?

On parle d'Indication Géographique lorsqu'un produit bénéficie d'une qualité particulière essentiellement attribuable à son origine géographique.

Cette qualité est reconnue par les consommateurs et le produit bénéficie souvent d'une plus-value sur le marché du fait de cette réputation.

L'enregistrement et la protection de ces "Indications Géographiques" vise à éviter les contrefaçons pour le bénéfice des consommateurs et des producteurs.

Sommaire

L'intérêt de la protection des Indications Géographiques	2
La mise en place des outils réglementaires et institutionnels pour la protection des IG	3
Enregistrement des deux premières IG Cambodgiennes	4
Les organisations interprofessionnelles de gestion des IG	5
Les dispositifs de contrôle et de certification	8
Marchés des produits et promotion	10
Perspectives de développement des IG au Cambodge	12

Mai 2010

Le concept d'Indication Géographique et ses "fondamentaux"

Certains produits bénéficient d'une réputation particulière, en lien avec leur origine, et sont désignés par un nom géographique qui les distingue de produits génériques.

La qualité associée à l'origine est recherchée par les consommateurs qui sont prêts à payer un prix supérieur pour l'authentique produit d'origine.

Un produit IG doit avoir une qualité spécifique (typicité) intrinsèquement liée à des caractéristiques de la zone géographique de production, et une réputation bien établie auprès des consommateurs, en lien avec cette origine.

La notion d'Indication Géographique a d'abord été développée en Europe, où son usage est très répandu. Désormais reconnues comme un droit de propriété intellectuelle par l'Accord sur les aspects des Droits de Propriété Intellectuelle qui touchent au Commerce (OMC/ADPIC), les Indications Géogra-

phiques Protégées sont aujourd'hui un outil utilisé dans de nombreuses régions du monde.

Pour enregistrer un produit comme Indication Géographique Protégée, les opérateurs (producteurs, transformateurs, négociants, etc.) doivent se regrouper au sein d'une organisation qui va déposer la demande d'enregistrement et gérer l'IGP une fois qu'elle sera enregistrée. Ils doivent délimiter la zone de production en expliquant comment elle influe sur la qualité du produit, et décrire la méthode de production et les spécificités du produits IG qui le distinguent d'un produit générique. Ces éléments constituent le cahier des charges de l'IGP. Ils doivent également élaborer des procédures de contrôle et de traçabilité. Une fois l'Indication Géographique enregistrée, l'ensemble de ces éléments permettront de fournir aux consommateurs les garanties sur l'origine et la qualité du produits et de justifier un prix de vente supérieur à celui du produit générique. ■

▼ **Les 5 piliers d'un Indication Géographique (au centre, le logo IG du Cambodge)**



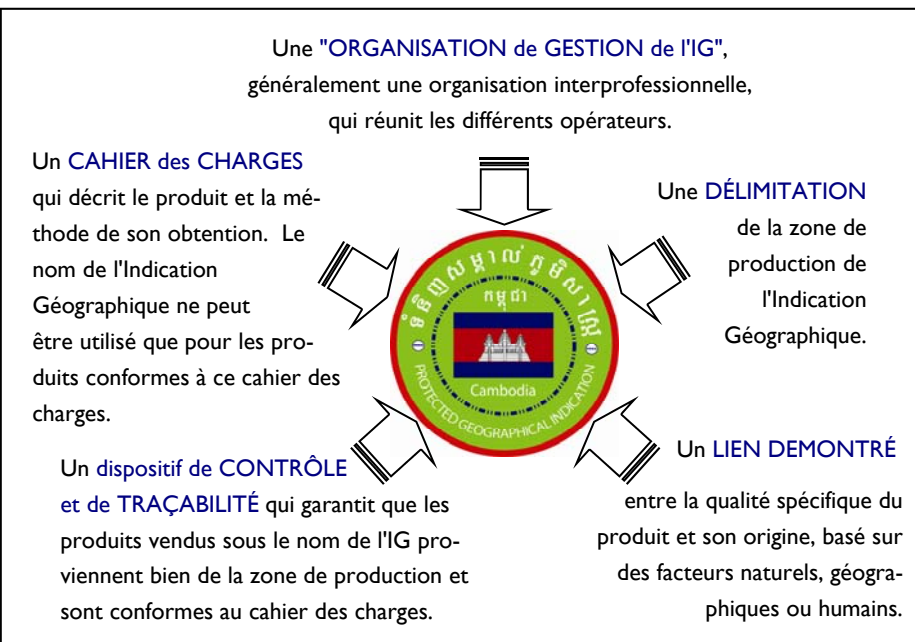
2 questions à S.E. Mao Thora, Secrétaire d'Etat au Ministère du Commerce

Quels sont, d'après vous, les intérêts de la mise en place d'un dispositif IG au Cambodge ?

M.T. : La mise en place d'un dispositif IG permettra au Cambodge de bénéficier d'atouts dans 3 domaines : l'économie, le tourisme et la culture. D'un point de vue économique, l'organisation des producteurs et autres acteurs concernés pour protéger les produits dont la qualité est liée à un terroir et un savoir-faire particulier, permettra aux producteurs ruraux de mieux valoriser leurs produits agricoles ou artisanaux. La valorisation économique va les encourager à maintenir, voire développer, des activités traditionnelles, qui font partie de notre patrimoine culturel. Les IGP peuvent permettre de sauvegarder ces savoir-faire et de mieux les valoriser sur le plan commercial. Cela a aussi un impact positif en terme d'image et d'attractivité touristique pour les régions de productions et pour tout le pays.

Quelle est la stratégie du gouvernement pour le développement des IG ?

M.T. : Le développement des IG s'intègre bien dans la stratégie du Gouvernement Royal du Cambodge, notamment parce qu'il peut contribuer à la promotion des exportations de produits agricoles. Les ministères du commerce et de l'agriculture sont les promoteurs principaux du dispositif de protection des IG au Cambodge. Avec le soutien de l'AFD, les deux ministères ont créé un comité de travail pour développer le cadre législatif, définir les modalités d'enregistrement et de contrôle, et lancer une opération pilote sur deux produits (le poivre de Kampot et le sucre de palme de Kampong Speu). Ce projet a permis de renforcer les compétences des cadres de l'Administration et des acteurs de terrain, et ouvre la voie à l'enregistrement futur d'autres IG, dans d'autres régions et sur d'autres produits.



La mise en place des outils réglementaires et institutionnels pour la protection des Indications Géographiques

Elaboration du cadre juridique de protection des IG

Dans le cadre de son accession à l'OMC en 2003, le Royaume du Cambodge a engagé la préparation de 14 lois pour se mettre en conformité avec les règles de l'adhésion à l'Organisation. La loi sur la Protection des Indications Géographiques est l'une d'entre elle. Le processus a été engagé dès 2005, avec l'appui technique et financier de la France. Aujourd'hui, le Ministère du Commerce a finalisé une version complète de ce projet de loi, après l'avoir longuement retravaillé et validé avec le Comité National de la Propriété Intellectuelle. Le projet sera prochainement transmis au Conseil des Ministres, puis soumis au vote de l'Assemblée Nationale.

En parallèle, et pour ne pas entraver l'aboutissement des projets pilotes, S.E. le Ministre du Commerce a pris une décision (Prakas n°105 MOC/SM2009, du 18/05/2009) qui définit un cadre provisoire d'enregistrement des Indications Géographiques, sur des bases identiques à celles du projet de loi.

Un nouveau système qui demande une nouvelle structure d'encadrement

La procédure d'enregistrement des Indications Géographiques s'effectue au Département de la Propriété Intellectuelle. Un bureau des Indications Géographiques a été créé au sein de ce Département le 18 Août 2007.

Cependant, l'examen des demandes d'enregistrement d'Indications Géographiques peut requérir des compétences plus techniques. Une Commission des Indications Géographiques est donc également prévue, et un secrétariat a été nommé. Le secrétariat permet d'associer aux représentants du bureau des

IG les compétences de deux ingénieurs issus du Ministère de l'Agriculture. Ainsi, la gestion quotidienne du dispositif « IG » au Cambodge repose-t-elle sur une équipe pluridisciplinaire. C'est un atout déterminant pour le succès de l'approche au Cambodge. Cette équipe a vocation à assurer la relation entre le Ministère du Commerce et les acteurs économiques candidats à l'enregistrement d'une IG, à fournir les conseils à ces acteurs pour le montage de leurs dossiers, à instruire les demandes d'enregistrement et à superviser la mise en application des contrôles et de la protection des IG enregistrées.

Le renforcement des capacités du bureau et du secrétariat des IG

Si d'un point de vue culturel, la notion d'Indication Géographique est déjà ancrée dans la tradition cambodgienne (avec des dizaines de produits pour lesquels les consommateurs établissent un lien entre qualité et origine), le dispositif juridique de protection des IG est lui totalement nouveau et nécessite de développer de nouvelles compétences. Le projet financé par l'AFD (ainsi que d'autres interventions comme le projet ECAP, financé par l'Union Européenne au niveau de l'ASEAN) a fortement contribué à la formation des cadres du bureau et du secrétariat des IG.

Un plan de formation a été établi pour le personnel du Bureau des IG et du secrétariat de la commission. Il s'est décliné en plusieurs formations réalisées au Cambodge par des experts internationaux sur les différentes phases du développement des IG : conception du cahier des charges, délimitation, élaboration du plan de contrôle, etc. Des cadres du bureau des IG et des ingénieurs du Ministère de l'Agriculture qui lui sont associés ont également participé

à des formations sur l'apport des IG dans le développement rural, et à des stages de formation pratique organisés en collaboration avec l'INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité, en France).

Dans la durée, la présence d'une assistance technique permanente (GRET et CEDAC, puis CIRD) pendant près de trois ans, et l'implication quotidienne des personnels de l'Administration sur le terrain dans le cadre de la préparation de l'enregistrement des IG pilotes assurent une formation pratique indispensable. A l'issue du processus, les membres du bureau des IG et du secrétariat de la Commission des IG ont mené à leur terme les enregistrements de deux IG pilotes : le sucre de palme de Kampong Speu, et le poivre de Kampot.

Enfin, des voyages d'étude en France et dans la sous-région, ainsi que la participation aux séminaires régionaux ont permis aux membres du bureau et du secrétariat de découvrir les démarches et les modalités d'encadrement des IG dans d'autres pays d'Europe et d'Asie.

Depuis leur création, le bureau et le secrétariat des IG ont ainsi acquis de bonnes bases pour leur permettre de mener à bien leurs missions, en particulier :

- ▶ L'Appui / conseil sur l'élaboration du dossier de demande d'IG,
- ▶ L'appui pour la délimitation,
- ▶ L'examen du plan de contrôle,
- ▶ La promotion du concept IG,
- ▶ Etc.

Le dispositif IG n'est pas normatif : chaque IG est un cas particulier, et les membres du bureau et du secrétariat continueront à développer leur expertise au fur et à mesure qu'ils travailleront sur de nouveaux cas. ■

Avril 2010 : Enregistrement des deux premières IG Cambodgiennes : le Poivre de Kampot et le Sucre de Palme de Kampong Speu

Le 2 avril 2010, le poivre de Kampot et le sucre de palme de Kampong Speu ont été les deux premières Indications Géographiques Protégées officiellement enregistrées par le Ministère du Commerce. Cette étape, rendue possible par

l'élaboration du cadre réglementaire national sur la protection des IG, était l'aboutissement d'un long processus de mobilisation et d'organisation des producteurs et des metteurs en marché de ces deux produits, de constitution d'or-

ganisations interprofessionnelles, d'élaboration des cahiers des charges et des outils de contrôle, et de test de leur mise en œuvre.

Les outils de contrôle et de traçabilité mis en place ont déjà eu l'occasion de faire leur preuve, permettant notamment aux producteurs de poivre de Kampot de reprendre des parts de marché à des intermédiaires qui fournissaient sous le nom « poivre de Kampot » un poivre d'origine indéterminée.

En terme de qualité, les efforts de définition et de mise en application des cahiers des charges ont également porté leurs fruits. ■

◀ Le 2 avril 2010, S.E. Cham Prasidh, Ministre d'Etat, Ministre du Commerce, a signé et remis aux Présidents des associations interprofessionnelles (voir pages suivantes) les certificats d'enregistrement des deux premières Indications Géographiques Protégées reconnues au Cambodge.



Après les deux IG pilotes... les perspectives de développement des Indications Géographiques au Cambodge, selon M. Var Roth San, Directeur du Département de la Propriété Intellectuelle, Ministère du Commerce



Le Département de la Propriété Intellectuelle (DPI) voit l'intérêt de la protection des IG comme un outil important pour le développement local (économique, social, culturel et touristique). L'enregistrement d'une Indication Géographique est un outil pour différencier des produits et en valoriser la qualité. Il y a un potentiel important dans ce domaine au Cambodge. Les IGP sont un moyen pour valoriser ce potentiel et pour doter des produits Cambodgiens de tradition d'avantages comparatif sur les marchés nationaux, régionaux et internationaux.

Le Département de la Propriété Intellectuelle espère pouvoir protéger le maximum possible de produits potentiels, en commençant par les produits de grande notoriété et qui ont un poids économique important, mais en considérant aussi la motivation des acteurs des filières concernées. Les produits tel que le riz de Battambang, le durian de Kampot, le Prahok (pâte de poisson fermentée) de Siem Reap, l'orange de Battambang, la sauce de poisson de Kampot, et bien d'autres encore figurent parmi les produits Cambodgiens qui correspondent bien à la notion d'IG (qualité et notoriété reconnues, en lien avec l'origine géographique de ces productions) et disposent d'un fort potentiel de développement.

Le DPI souhaite pouvoir mobiliser le bureau des IG pour lancer des études préalables sur ces produits potentiels, leurs terroirs et les acteurs concernés. Mais ces études ainsi que l'appui aux démarches d'enregistrement et à la promotion requièrent la mobilisation de ressources supplémentaires et l'appui de l'Etat et des partenaires du développement. De son côté, le DPI met l'accent sur son objectif de parvenir à fournir un service d'enregistrement rapide, efficace et peu coûteux.

Les organisations interprofessionnelles : outils de gestion des IG et catalyseurs de l'organisation des filières

Les organisations d'IG et leurs rôles

Dans la démarche de mise en place des Indications Géographiques « poivre de Kampot » et « Sucre de palme de Kampong Speu », deux organisations interprofessionnelles de gestion des IG ont été créées : L'Association pour la Promotion du Poivre de Kampot (KPPA) et l'Association pour la Promotion du Sucre de palme de Kampong Speu (KSPA). Les membres des deux organisations sont (majoritairement) des producteurs mais aussi d'autres opérateurs de ces filières (intermédiaires, conditionneurs, metteurs en marché, exportateurs, etc.). Les deux organisations ont pour buts de promouvoir et de défendre le « poivre de Kampot » (pour KPPA) et le « sucre de palme de Kampong Speu » (pour KSPA) et de préserver les savoir-faire des producteurs et la qualité de ces produits. Ces objectifs servent à la fois les intérêts des producteurs, mais aussi ceux des autres acteurs de ces filières et des consommateurs.

Pour atteindre leurs buts, chacune des associations s'est donnée les missions suivantes :

- Élaborer le cahier des charges de l'Indication Géographique,
- Mettre en place un système de contrôle et de certification approprié,
- Déposer la demande d'enregistrement du « poivre de Kampot » ou du « sucre de palme de Kampong Speu » comme Indications Géographiques Protégées auprès du Département de la Propriété Intellectuelle, et prendre les mesures nécessaires à la protection de ces « marques de territoires » au Cambodge et à l'étranger,
- Prendre les décisions concernant l'adhésion des membres, collecter et gérer les cotisations et les frais de service conformément aux décisions de l'Assemblée Générale,
- Diffuser le cahier des charges auprès des membres et les assister pour se mettre en conformité avec ce cahier des charges et mettre en pratique les outils de traçabilité,
- Mettre en œuvre le contrôle interne et assurer la relation avec l'Organisme Certificateur,
- Gérer des données sur les membres et les volumes de production sous IG,
- Promouvoir l'Indication Géographique,
- Prendre les mesures nécessaires relatives à la protection contre les fraudes, et assurer la relation avec les institutions en charge de cette protection (Département de la Propriété Intellectuelle, etc.).

La démarche d'appui à la création des associations interprofessionnelles

L'équipe du projet (animateurs et experts) a dans un premier temps identifié, puis mobilisé les producteurs et les autres acteurs des deux filières autour de la notion d'IG et de thématiques techniques (notamment de qualité et de cahier des charges) afin de démarrer sur des sujets concrets et « parlants ».

La nécessité de mettre en place une organisation interprofessionnelle a également été abordée assez tôt, mais après

Pour être efficace, la mise en place d'une organisation de gestion d'IG doit nécessairement être un processus participatif, le plus inclusif possible, et basé sur une approche fonctionnelle et concrète.

avoir déjà identifié pourquoi la démarche d'IG allait nécessiter la création de telles organisations. C'est donc avec une approche assez fonctionnelle, que l'élaboration des statuts a commencé, sous la houlette de

groupes de représentants des acteurs des filières, mandatés par leurs pairs. Les statuts ont donc été développés « sur mesure », au regard des missions requises pour la gestion des IG, et donc de manière assez pragmatique.

Après environ 7 à 8 mois de travail (en parallèle sur les statuts des associations et les cahiers des charges des IG) les propositions de statuts des deux organisations d'IG ont été approuvés par les Assemblées Générales (en octobre 2008 pour KPPA et novembre 2008 pour KSPA). Les instances fonctionnelles ont été élues : Conseil d'Administration, et Bureau Exécutif (lesquels comportent des représentants des producteurs et des metteurs en marché, pour les deux associations), unité d'audit des procédures (interne au CA, mais distincte de l'exécutif). L'Assemblée Générale regroupe tous



▲ Le Conseil d'Administration de KPPA, élu le 3 octobre 2008

les membres pour KPPA, alors que KSPA est dotée d'une Assemblée Générale de Représentants, plus opérationnelle compte tenu du grand nombre de producteurs qui pourraient, à terme, rejoindre l'association.

Les deux associations ont été officiellement enregistrées par le Ministère de l'Intérieur, le 12 décembre 2008 pour KPPA et le 20 janvier 2009 pour KSPA. Cette reconnaissance officiel-

le est essentielle pour permettre par la suite l'enregistrement des deux produits comme Indications Géographiques Protégées. En outre, en vue de cet enregistrement, il est impératif que ces associations restent statutairement ouvertes à l'intégration de nouveaux membres, dans la mesure où ceux-ci satisfont aux exigences du cahier des charges de l'IGP.

Le travail sur le cahier des charges : exemple du sucre de palme de Kampong Speu

La préparation des cahiers des charges pour les deux IG pilotes a été prise en charge par un groupe de travail constitué de représentants des producteurs et des metteurs en marché, appuyé par l'équipe du projet.

Identification des spécificités

L'élaboration du cahier des charges nécessite l'identification des spécificités du produit que l'on souhaite inscrire comme IG. En quoi le sucre de palme de Kampong Speu est-il différent de celui produit dans d'autres régions du Cambodge ? Un travail d'analyse sensorielle est réalisé avec le groupe de travail et des experts sur le produit, afin de le caractériser.

Mode de production

Toutes les étapes du processus de production sont également décrites, en essayant d'identifier les points clés qui contribuent à la qualité et à la typicité du produit. Le cahier des charges ne décrit pas nécessairement de manière exhaustive le procédé de production, mais il mentionne toutes les étapes clés qui contribuent à la qualité et au caractère particulier du sucre de palme de Kampong Speu. Les pratiques des producteurs de la région sont prises en compte, mais le cahier des charges n'est pas le « plus petit dénominateur commun ». Au contraire, il doit plutôt essayer de « niveler par le haut » la qualité du produit. Il s'agit donc non seulement d'un travail de caractérisation, mais aussi d'un travail d'amélioration et de standardisation de la qualité. Cependant, pour éviter d'être trop exclusif et de rendre inaccessible la production sous IG, des délais de mise en conformité

peuvent être accordés : par exemple, l'utilisation de foyers améliorés ou de tubes en bambous pour récolter la sève sont unanimement reconnus comme des facteurs ayant une influence positive sur la qualité du sucre de palme. Aussi, ces points ont-ils été inscrits au cahier des charges, mais avec un délai de mise en conformité, laissant le temps aux producteurs de faire les investissements requis.

Délimitation

Pour délimiter l'aire de l'appellation « sucre de palme de Kampong Speu », des études statistiques ont été faites sur la qualité de la sève, permettant d'établir un lien entre certaines localisations (les districts de Oudong, Ang Snuol et Samrong Tong) et la concentration en sucre de la sève. Cette étude est la base de la délimitation. Elle est complétée par des critères d'éligibilité : producteurs et négociants ont été d'accord sur le fait que le sucre issu de la sève de palmiers cultivés sur des sols sableux étaient de meilleure qualité. Aussi, seuls les terrains sableux sont retenus pour la production du sucre de palme de Kampong Speu, à l'intérieur des trois districts identifiés.

Validation et test

A l'issue de ce processus, le cahier des charges et la délimitation ont été validés par l'Assemblée Générale, et diffusés aux membres. La saison de production 2008-2009 a permis de tester ce cahier des charges et le dispositif de contrôle, d'en tirer les leçons, et de procéder à quelques ajustements avant de déposer la demande finale d'enregistrement de l'IG auprès du Ministère du Commerce.



En avril 2010, KPPA comptait 129 membres dont 118 producteurs et 11 metteurs en marché, et KSPA comptait 173 membres dont 162 producteurs 8 collecteurs et 3 sociétés ou organisations assurant le conditionnement et la mise en marché.

Une collaboration étroite entre producteurs et metteurs en marché, avec l'appui des autorités

Tout le processus d'organisation des associations et de préparation des cahiers des charges (voir encadré) a bénéficié d'une bonne collaboration entre producteurs et metteurs en marchés des deux produits, qui ont bien compris leur intérêt commun à la mise en place des Indications Géographiques.

L'appui des Ministères du Commerce et de l'Agriculture, tout au long du processus, a également été un atout précieux, qui a donné confiance aux acteurs impliqués et a permis de progresser rapidement jusqu'à l'enregistrement officiel des deux associations, puis des deux Indications Géographiques Protégées.

Plusieurs acteurs publics ont apportés leurs appui à la démarche. Les représentants du Ministère de l'Agriculture et du ministère de commerce aux niveaux centraux et locaux et des autorités locales (provinces, districts et communes), ont été invités et ont participé aux Assemblées Générales fondatrices des deux organisations. La participation de représentants de haut rang (S.E Mao Thora, Secrétaire d'Etat du Ministère du Commerce, S.E. Lord Rasmey, Secrétaire Général du Ministère de l'Agriculture, et les vice-gouverneurs des provinces) à ces occasions présentait plusieurs avantages : témoins officiels de ces Assemblées fondatrices, ils se sont engagés à soutenir les démarches des associations. Mais leur présence a aussi permis de promouvoir le concept et l'intérêt des Indications Géographiques, et de soutenir la promotion des produits concernés.

Mise en œuvre « test » et développement des capacités des associations

Il s'est écoulé plus d'un an entre la création des associations KPPA et KSPA et l'enregistrement officiel du Poivre de Kampot et du Sucre de palme de Kampong Speu comme les deux premières IG protégées au Cambodge. Mais ce temps n'a pas été du temps perdu. Les premiers cahiers des charges ont été validés au tout début de la saison de production 2009 (le sucre et le poivre sont majoritairement récoltés pendant la saison sèche, essentiellement dans les 4 ou 5 premiers mois de l'année). Dès lors, la saison 2009 a constitué, pour chacune des deux associations, un test en « vraie grandeur » de la gestion de l'IG : chacune a recruté un salarié permanent, et a procédé à l'enregistrement des membres

(producteurs, intermédiaires, metteurs en marché), lesquels ont signé un engagement à respecter le cahier des charges. Avec l'appui de l'équipe du projet et d'experts internationaux, des outils ont été proposés pour assurer la traçabilité et le contrôle. Chaque opérateur de la filière a reçu un classeur dans lequel il dispose du cahier des charges et des statuts de l'association, de son certificat de membre, et dans lequel il doit enregistrer sa production et ses ventes (voir l'article sur les dispositifs de contrôle, page suivante).



▲ Formation de producteurs de poivre de Kampot à l'enregistrement de la « comptabilité matières » (enregistrement de la production et des ventes de poivre sous IG).

Des inspecteurs de contrôle interne ont été recrutés et formés au sein des associations et ont mis en œuvre les inspections chez 100% des membres en 2009. Tout ce dispositif de contrôle interne a ensuite été audité en fin de saison par un organisme certificateur international (Ecocert, par la suite recruté par les associations pour faire la certification des deux IG). Cette campagne 2009 a permis de tester tout le dispositif, d'améliorer la qualité des produits et de renforcer les cahiers des charges. Elle a surtout permis aux associations de développer de vraies capacités opérationnelles, et de déposer, en octobre 2009, des demandes d'enregistrement d'IG en pleine connaissance de cause quant aux engagements que cela représente. ■

Les dispositifs de contrôle et de certification des IG

Contrôler les acteurs économiques pour lutter contre les usurpations du nom

Dès qu'une Indication Géographique a du succès, et parfois même avant qu'elle ne soit véritablement reconnue, on constate le développement d'usurpations du nom du produit ou de contrefaçons. Certains tentent de vendre sous le nom de l'IG des produits qui ne respectent pas la zone de production ou le cahier des charges. Ces contrefaçons et usurpations sont parfois une des raisons de la demande de reconnaissance en IG. Si elles sont un problème, ces contrefaçons sont aussi le signe d'une réelle réputation et valeur liée au nom géographique. Mais à terme, elles font peser une menace sur la réputation du produit si la qualité de ce qui est vendu sous le nom de l'indication géographique ne correspond pas aux attentes de qualité des consommateurs. C'est à l'organisation de gestion de l'IG de développer les méthodes pour lutter

contre ces contrefaçons et maintenir la réputation de l'IG.

Par exemple, dans le cas du poivre de Kampot, en 2009, un acteur économique a tenté de vendre sous le nom « poivre de Kampot », du poivre ne provenant pas de la zone de production. Les acteurs économiques réunis dans l'association de promotion du poivre de Kampot se sont mobilisés pour que ce poivre ne soit pas commercialisé et ont obtenu gain de cause, renforçant ainsi la crédibilité de l'IG. L'association a également « rappelé à l'ordre » cet opérateur, l'a enjoint à respecter les règles ou à quitter la filière « poivre de Kampot », et a attiré l'attention de l'Organisme certificateur sur ce cas. Ces actions contribuent à « ramener sur la zone » de production des marchés et des commandes qui, auparavant, lui échappaient. Ce qui augmente la demande du produit en IG, donc, à terme, son prix.

D'où l'intérêt de développer un système

de contrôle fiable qui assurera les producteurs comme les consommateurs que le produit commercialisé est bien le véritable produit IG.

Une organisation du contrôle à trois niveaux

Les mécanismes de contrôle doivent assurer la traçabilité du produit et le respect du cahier des charges par les acteurs économiques.

Le contrôle est séparé en trois parties :

- Les autocontrôles réalisés par les opérateurs eux-mêmes sur leur propre production. Ils consistent essentiellement à vérifier qu'ils sont bien en conformité avec le cahier des charges, et enregistrer un certain nombre d'informations, notamment sur leur production et leurs ventes ;
- Le contrôle interne effectué par des membres de l'organisation IG spécialement formés (inspecteurs internes) ;

Les outils documentaires du contrôle, mis en place pour le poivre de Kampot et le sucre de palme de Kampong Speu

Classeur du producteur comprenant :

- Cahier des charges et engagement du producteur à le respecter,
- Déclaration de production,
- Déclarations de chaque vente de produit par type de produit (visées par l'acheteur).

Classeur du transformateur ou revendeur comprenant :

- Cahier des charges et engagement de l'opérateur à le respecter,
- Synthèse des achats (justifiés par les bons de livraisons obtenus des producteurs),
- Informations relative à la transformation (tri, etc...) et à la reconstitution des lots,
- Registre des ventes et état des stocks.

Autres documents conservés au niveau de l'association de promotion :

- Rapports des inspections de contrôle interne,
- Rapports du contrôleur externe,
- Comptabilités matière des producteurs (des années précédant l'année en cours) archivées au niveau de l'association.

កាលបរិច្ឆេទ (Date)	ឈ្មោះអ្នកទិញ (Name of buyer / Company)	លេខអ្នកទិញ (Code of buyer / Register (KPPA))	ទម្ងន់ (ទ.ប) (Sold (kg))	លេខប្រតិបត្តិ (Batch n°)	ហត្ថលេខាអ្នកទិញ (Signature of buyer)
០៤/១០/០៩	គ្រូ ឌីណូ ភារ៉ុន	C-០០៤	5 kg	WP-1-003-003-001	[Signature]
១១/១០/០៩	គ្រូ គុយ ឌីណូ	C-០០៤	3,2 kg	WP-4-009-009-001	[Signature]
1/10			kg	WP-...	
1/10			kg	WP-...	

▲ Enregistrement des ventes de poivre blanc dans le classeur de comptabilité matière d'un producteur de poivre de Kampot

- Le contrôle externe relève le plus souvent d'un organisme certificateur accrédité suivant le standard ISO-65 (comme cela est le cas pour le poivre de Kampot et le Sucre de palme de Kampong Speu) ou d'un organisme de contrôle compétent et indépendant.

Le coût de ce contrôle s'additionne aux coûts de production. Pour que la démarche soit effectivement rentable pour les producteurs, il faut que ce coût ne soit pas trop important, au regard de la plus-value apportée par l'IG.

Les outils mis en place dans le cas du sucre de palme de Kampong Speu et du poivre de Kampot

La mise en œuvre de ces trois niveaux de contrôle suppose l'élaboration et la tenue de documents justificatifs au niveau de chaque producteur, transformateur, vendeur de produits sous IG, ainsi que de l'association IG.

Dans le cas du sucre et du poivre, le projet a permis de développer ces outils, de les diffuser aux acteurs économiques, et d'en tester l'utilisation sur deux campagnes de production (voir page 7 : « mise en œuvre test et développement des capacités des associations »).

Le contrôle du respect du cahier des charges et de la traçabilité est réalisé par les inspecteurs internes de l'organisation IG, et par l'organisme certificateur, selon un plan de contrôle qui a été validé au moment de l'enregistrement de l'IG. Au plan de contrôle est associé un catalogue de sanctions, qui vont de la simple remarque jusqu'à l'exclusion définitive de l'opérateur de la filière. Si les remarques et avertissements peuvent être établis directement par l'association, les décisions d'exclure un opérateur de la filière relèvent plutôt de l'organisme certificateur, de manière à prévenir le risque de décisions arbitraires, ou de possibles abus de pouvoir de leaders des associations à l'encontre d'autres membres avec les-



quels ils peuvent aussi être en concurrence.

La gestion du contrôle par l'association de promotion et l'appui du projet

La gestion du contrôle requiert au niveau de l'association IG une rigueur dans l'organisation et le classement des documents. Il lui faut aussi être capable de gérer la contractualisation avec l'organisme certificateur et de suivre les activités de contrôle.

Or, les ressources humaines de l'association peuvent avoir des difficultés à gérer cette relation avec l'organisme certificateur. Par exemple, dans le cas du Cambodge, le niveau d'anglais des salariés des deux associations d'IG est limité. Il est donc utile que les associations puissent continuer de bénéficier, dans la durée, de certains appuis, lesquels peuvent venir du Bureau des IG, d'un intervenant local du Ministère de l'Agriculture, ou encore d'une ONG locale ou d'un réseaux d'organisations de producteurs. Il est également important que l'organisme certificateur, s'il n'est pas local, dispose de correspondants nationaux pouvant faciliter la relation avec ses clients et fournir un servi-

▲ Inspection réalisée par Ecocert dans une poivrière, en 2009 : l'organisme certificateur contrôle la conformité de la plantation au cahier des charges, et vérifie la fiabilité des inspections de contrôle interne réalisées par l'association.

ce « de proximité », notamment lorsque des problèmes surviennent qui requièrent une intervention immédiate d'un de ses inspecteurs.

Dans le cas des deux IG « pilotes », les outils de contrôle ont été élaborés, et les associations ont pu, avec l'appui du projet, organiser le contrôle en 2009 et 2010. Un organisme de certification externe a été sélectionné, et il a réalisé la première campagne de contrôle sur les deux produits développés par le projet, et la certification est en cours. Un appui est encore requis au cours des premières années de vie de l'IG pour une transition progressive vers une totale autonomie de prise en charge (technique et financière) du dispositif de contrôle par les associations d'IG. En terme économique, la capacité à financer l'intégralité des coûts de gestion de l'IG (y compris des coûts de certification) passe par un accroissement des volumes vendus sous IG. D'où l'importance du travail réalisé en parallèle sur la promotion (voir pages suivantes). ■

Marché et promotion des produits IG

Positionner les produits sur les marchés de la qualité

L'objectif de la démarche d'Indication Géographique est de positionner les produits comme des produits de qualité sur le marché, et de les vendre plus cher que le produit standard. Le supplément de prix payé pour le produit de qualité doit intégrer :

- Les coûts de production permettant l'obtention d'un produit de qualité selon le cahier des charges du produit sous IG,
- Les coûts du contrôle interne et externe prévus par l'association,
- Une plus value pour les acteurs commerciaux,
- Une plus value significative pour le producteur.

Les principaux acteurs de l'IG « poivre de Kampot » cherchent à positionner le produit sur des segments de marché correspondant à des produits de haut de gamme, voire de luxe. Le « poivre de Kampot » est vendu en Europe dans des épicerie fines et chez des distributeurs d'épices rares, pour valoriser la qualité spécifique du produit et les efforts qu'implique le respect du cahier des charges. Au Cambodge, les acteurs économiques ciblent notamment les marchés des touristes et des restaurants haut de gamme.

De la même façon, le sucre en poudre de Kampong Speu IG est commercialisé essentiellement dans les circuits de distribution « modernes » (supermarchés, restaurants de luxe, ...) de Phnom Penh et de Siem Reap, ainsi qu'à l'exportation

vers les marchés européens.

Sur les marchés traditionnels, pour le sucre de palme comme pour le poivre, il est très difficile de différencier les produits IG des produits tout venant. Les produits sont aussi vendus souvent sans conditionnement ce qui rend difficile l'organisation d'un système permettant la traçabilité.

Pour que la démarche IG fonctionne, il est nécessaire que le produit puisse se positionner sur les marchés de qualité, que le consommateur soit prêt à payer plus cher ce produit de qualité, mais aussi que les acteurs économiques intermédiaires, qui transforment et / ou commercialisent le produit, soient prêts à suivre cette stratégie sous l'impulsion de l'association IG.

Estimation de la plus-value retirée par les producteurs de l'IG poivre de Kampot

La vente de poivre de Kampot sous IG se traduit par un prix de vente au producteur significativement plus élevé. En 2009 et en début de saison 2010, on observait déjà un prix au producteur de l'ordre de 5\$/kg pour le poivre noir IG, contre 3\$/kg pour le poivre acheté aux mêmes producteurs par des collecteurs locaux qui ne valorisent pas l'Indication Géographique.

De plus, en lien avec le positionnement du produit sur un marché de niche d'épices rares, la demande pour le poivre rouge et blanc s'est accrue, ainsi que la valorisation de ces produits. En 2010, on observe chez plusieurs producteurs un changement de pratique, avec une récolte grain par grain au lieu d'une récolte par grappe. Ce changement de mode de récolte se traduit par un changement des ratios entre production de poivre rouge (ou blanc) et production de poivre noir, ce qui génère aussi un accroissement de la rémunération des producteurs.

Calcul du chiffre d'affaire au niveau des producteurs avant IG

Catégorie	%	Quantité	Prix unit.	Total chiffre d'affaire
				producteurs
Poivre noir	95%	19 000 kg	3 \$/kg	\$ 57 000
Poivre rouge	3%	500 kg	3 \$/kg	\$ 1 500
Poivre blanc	3%	500 kg	6 \$/kg	\$ 3 000
Total		20 000 kg		\$ 61 500

Au total, si on se base sur les 20 tonnes de poivres produites actuellement dans la zone de l'IG, la combinaison de l'accroissement des prix payés aux producteurs et de l'accroissement de la demande de poivres rouges et blancs génère un accroissement du chiffre d'affaire des producteurs de l'ordre de +55 000 Dollars US par an.

croissement des prix payés aux producteurs et de l'accroissement de la demande de poivres rouges et blancs génère un accroissement du chiffre d'affaire des producteurs de l'ordre de +55 000 Dollars US par an.

Calcul du chiffre d'affaire au niveau des producteurs après IG

Catégorie	%	Quantité	Prix unit.	Total chiffre d'affaire
				producteurs
Poivre noir	80%	16 000 kg	5 \$/kg	\$ 80 000
Poivre rouge	10%	2 000 kg	8 \$/kg	\$ 16 000
Poivre blanc	10%	2 000 kg	10 \$/kg	\$ 20 000
Total		20 000 kg		\$ 116 000

Il s'agit là de l'effet produit dès 2010 ou 2011, à production constante. A plus long terme, on peut escompter une augmentation de la production (beaucoup de producteurs ont commencé d'étendre leurs plantations, et le meilleur entretien des parcelles permet aussi un accroissement progressif de la productivité). Il faut aussi souligner que cet impact positif n'est pas seulement et mécaniquement attribuable à l'enregistrement de l'IG, mais est le résultat d'un ensemble d'efforts de promotion et de qualité réalisés par les opérateurs de la filière, dont la démarche IG fait partie.

Par ailleurs, l'effort de relance de la filière poivre de Kampot génère aussi de la croissance et de l'emploi plus en aval dans la filière, et l'IG, en imposant le conditionnement sur zone, contribue à localiser cette croissance dans le pays.

Retenir une partie de la valeur ajoutée au niveau du producteur

Un des objectifs de la démarche d'IG est de faire en sorte que la valeur ajoutée générée par l'IG revienne, pour une part significative, au producteur situé sur le territoire de l'IG.

Dans le cas du poivre de Kampot, les producteurs réussissent à profiter de l'IG. Ils ont accepté de faire les efforts nécessaires pour améliorer la qualité des produits et les acteurs économiques intermédiaires ont accepté de le reconnaître en payant plus cher le produit sous IG. Les metteurs en marché sont d'autant plus enclins à jouer le jeu qu'il s'agit d'un produit sur lequel les usurpations du nom sont déjà fréquentes et que la démarche de protection de l'IG leur permettra à terme de très fortement réduire la concurrence du « faux » poivre de Kampot. Grâce à l'engagement des acteurs de l'aval de la filière (sociétés commercialisant le poivre à l'exportation ou sur les marchés locaux), le prix du poivre de Kampot « IG » est plus élevé que le poivre tout venant.

Le poivre peut être vendu à des collecteurs hors de la filière IG. Dans ce cas, il n'y a pas de plus value pour la qualité. L'agriculteur vend le poivre tout venant, sans tri et sans garantie quant à l'origine (qui n'est généralement pas mise en valeur par les clients des collecteurs locaux). Ce circuit de commercialisation est donc moins intéressant, mais il subsistait encore en 2009 puisque les acheteurs membres de KPPA n'étaient pas encore en mesure d'absorber toute la production de poivre de Kampot. Ce pourrait être le cas dès 2010 ou 2011, et on peut alors estimer que l'ensemble de la démarche portée par les acteurs de la filière aura permis de doubler le chiffre d'affaire aux producteurs (voir encadré ci-contre), et surtout que la filière sera relancée avec un potentiel de croissance important, et donc, à terme, un impact économique beaucoup plus fort.

Les producteurs se sont aussi organisés pour récupérer plus de valeur ajoutée en créant une coopérative. Celle-ci leur permet de faire un peu de vente de produits conditionnés, et de jouer le rôle d'interface entre les producteurs et des metteurs en marché, qui ont des difficultés à gérer en direct leurs approvisionnement auprès de petits producteurs individuels. En effet, les producteurs exploitent le poivre sur de petites surfaces (0,1 ha en moyenne), pour une production de 100 à 200 kg par producteur et par an en moyenne. La coopérative permet de répondre à des demandes de poivre plus importantes, sachant que la production reste limitée au total.

La gestion de la promotion par les associations IG et l'appui du projet

L'enjeu du développement de nouveaux marchés est très fort, dans un premier temps pour parvenir à vendre sous IG la totalité du poivre ou du sucre produits par les membres, et dans un deuxième temps pour accroître les volumes produits.

L'association IG a en charge la promotion générique de l'IG. Le projet a apporté un appui aux associations IG du poivre de Kampot et du sucre de palme de Kampong Speu sur les points suivants :

- Réflexion sur la stratégie de positionnement des produits,
- Organisation d'événements de promotion des produits (par exemple organisation de déjeuners promotionnels avec des chefs renommés),
- Organisation d'une campagne de publicité pour les produits (publicité dans les médias, restaurants, tuk tuk, etc.),
- Réalisation d'outils de communication (logo, brochure, vidéo, ..).

Ces actions de communication ont permis à la fois de doter les associations des outils et méthodes de base nécessaires pour assurer la promotion des produits en IG. Elles ont aussi soutenu

Un fort intérêt des media

Des reportages et informations sur le développement des deux IG (notamment sur le poivre de Kampot, qui a particulièrement retenu l'attention des journalistes internationaux) ont été diffusés par différentes chaînes de télévision ou de radio nationales (TVK, Apsara, Bayon, TV5) et internationales (BBC, M6, France 3, Deutsche Welle, Radio Australia, etc...) aussi bien que dans la presse écrite ou en ligne : journaux et magazines nationaux (Reasmey Kampuchea, Cambodia Daily, Phnom Penh Post, SEA Globe, K7, etc.) et internationaux (L'Express et Sud-Ouest en France, le Jakarta Globe, ou le Bangkok Independent Newspaper...). Cette attention des medias a également contribué au succès de la démarche.



▲ Le chef Luu Meng met en valeur le poivre de Kampot et le sucre de palme de Kampong Speu lors d'une conférence de presse - dîner au restaurant « Malis », à Phnom Penh, en octobre 2009.

les efforts des sociétés commercialisant les produits. Cependant, après seulement une année de pratique, les associations ont encore besoin d'appui pour réellement maîtriser cette fonction. Dans ce domaine comme dans d'autres (contrôle, gestion de l'association, etc.), la démarche suppose une intervention conçue sur le long terme, pour que les acteurs en acquièrent réellement la maîtrise. ■

Développements futurs des Indications Géographiques au Cambodge: par S.E. Lord Reasmey, Secrétaire Général du Ministère de l'Agriculture

La coopération entre le Ministère de l'Agriculture des Forêts et de la Pêche (MAFP) et le Ministère du Commerce, soutenue par l'AFD et les assistants techniques, et surtout l'engagement des opérateurs de ces filières ont permis de réaliser ce vieux rêve : enregistrer comme IGP le poivre de Kampot et le sucre de palme de Kampong Speu. Nous espérons que ces produits auront une réputation équivalente à celle du Cham-



pagne, et que la loi sur la protection des IG pourra être appliquée efficacement et utilement dans la durée.

La contribution du Ministère de l'Agriculture a été importante pour la préparation de l'enregistrement de ces deux IG, notamment à travers les enquêtes techniques réalisées (par exemple sur les modes de production de poivre à Kampot et dans d'autres régions de production). Le MAFP souhaite valoriser cet outil que sont les Indications Géographiques, car il représente un levier important pour le développement de l'agriculture familiale. C'est la raison pour laquelle S.E. Chan Sarun, Ministre de l'Agriculture, a demandé au Département Provincial de l'Agriculture de Kampot d'appuyer la création d'une coopérative de producteurs de poivre. Le Cambodge a de nombreux produits de forte tradition, ancrés dans la culture locale et dont la réputation et la qualité sont liées à l'origine : prahok de Siem

◀ **S.E. Chan Sarun, Ministre de l'Agriculture, visite une poivrière .**

Reap, orange et riz de Battambang, soie de Phnom Srok, durian de Kampot, pamplemousse de Kratie, ananas de Stung Treng, avocat de Mondulhiri, riz rouge de Svay Rieng, etc... Les IG sont un outil pour valoriser ces noms, ces produits, ces filières et ces régions. Elles peuvent aussi, à travers les cahiers des charges, être un moyen au service de la gestion de ressources naturelles (comme pour le miel de Mondulhiri ou la cardamome de Pursat, dans le massif des Cardamomes...).

Les deux premières IG enregistrées cette année ont bien joué leur rôle de « pilote » et ont démontré qu'il était possible de mettre en place de tels dispositifs. Pour que le système de protection des IG au Cambodge puisse être utile au développement et maintenu dans la durée, il est important que l'on puisse atteindre une « masse critique ». Nous devons nous fixer des objectifs ambitieux (15 nouvelles IG dans les 5 prochaines années ?) et mobiliser les moyens pour atteindre ces objectifs. ■

Acteurs et partenaires du projet pilote pour la Protection des Indications Géographiques au Cambodge



Ministère du Commerce

Russian Federation Blvd, Teuk Thla Village,
Sangkat Sen Sok, Khan Sen Sok,
Phnom Penh, Cambodge.

Téléphone : +855 (0)23 866 114

Fax : +855 (0)23 866 469

Mobile : +855 (0)12 807 346 ou +855 (0)16 807 346

Contact : Mr. Lao Reasey,

Chef du Bureau des indications géographiques:

bgi.moc.cambodia@gmail.com / reasey_pp34@yahoo.com



Ministère de l'Agriculture, des Forêts et de la Pêche

N°200, Norodom Boulevard,
Phnom Penh, Cambodge.

Téléphone / fax : +855 (0)23 211 351

Contact : Mr Am Phirum : +855 (0)11 927 862

amphirum@yahoo.com



Agence Française de Développement

► Agence de Phnom Penh :
5, rue 106 Phnom Penh, Cambodge.

Téléphone : +855-(0)23 426 360

Contact : Mr Olivier Gilard : afdphnompenh@afd.fr

www.afd.fr et www.afd-cambodge.org



GRET

► Représentation de Phnom Penh:

N°22, rue 330, Boeung Keng Kang III,
Phnom Penh, Cambodge.

Téléphone : +855 (0)23 220 259 / +855 (0)12 807 817

Contact : Mr Jean-Marie Brun : brun@gret.org

► Siège:

45 bis avenue de la Belle Gabrielle,
94736 Nogent-sur-Marne Cedex, France

Téléphone : +33 (0)1 70 91 92 00

Contact : Mme Martine François : francois@gret.org



CIRD

N°35, rue 410, Boeung Trabek, Chamcar Mon,
Phnom Penh, Cambodge

Téléphone : +855 (0)23 726 728 / +855 (0)12 88 79 66

Contact : Mr Prak Sereyvath: praksereyvath@online.com.kh

ou cird@online.com.kh



CEDAC

119, street 257, Tuol Kork, Phnom Penh, Cambodge
P.O. Box 1118

Tél : (855) 23 880 916 – Fax : (855) 23 885 146

E.mail : cedac@online.com.kh