

IV WORKSHOP CATARINENSE DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

**PROTEÇÃO DAS INDICAÇÃO GEOGRÁFICAS
NÃO AGROALIMENTARES NA
UNIÃO EUROPEIA**

ALBERTO RIBEIRO DE ALMEIDA

Joinville (SC), Brasil

6 de agosto de 2015

INTRODUÇÃO

Indicações geográficas

Denominações de origem

- Noção e função

Importância económica

- Estudos realizados

A situação atual na União Europeia

IG para produtos não agroalimentares

- Problemas a ponderar

Que futuro?



INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Indicações geográficas

- Produto proveniente de um local ou região determinados
- Possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica
 - Conexão com a região (tipicidade e unicidade)
- Uma das fases de produção ocorra na área geográfica delimitada

Denominações de origem

- Produto proveniente de um local ou região determinados
- Qualidade ou características essencialmente ou exclusivamente devidas ao meio geográfico específico, incluindo os fatores naturais e humanos
 - Forte conexão com a região
- Todas as fases de produção ocorrem no interior da área geográfica delimitada

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Funções jurídicas:

- Função de indicação da origem geográfica
- Uma região demarcada
- Função de garantia qualitativa
- Um caderno de especificações e
- Um organismo de controlo

Funções conexas:

- Proteção do consumidor (sinal qualificador e gerador de confiança)
- Conservação do ambiente e manutenção da população rural
- Desenvolvimento rural e diversificação da produção
- Concorrência leal entre os produtores
- Desenvolvimento do turismo e das regiões em causa
- Instrumentos de concorrência
- Proteção do conhecimento tradicional e do folclore – a cultura de um povo



IMPORTÂNCIA ECONÓMICA

Instrumento de concorrência

- Sinal distintivo no comércio
 - Promoção coletiva
 - Preferência do consumidor
 - Melhor preço
 - Diferenciação pela origem
 - Identificação de qualidade única
 - Identifica história e cultura
 - Unicidade do produto
 - Não desterritorializável
 - Busca de uma identidade e de
 - Referências locais
 - “Marca território”



IMPORTÂNCIA ECONÓMICA

Um sucesso na União Europeia

- Mais de 4.000 IG registadas em 2014 (DOOR + E-BACCHUS)
- Um setor competitivo:
 - O valor dos produtos com IG foi, em 2010 de €54.3 biliões
 - O valor cresceu 12% de 2005 para 2010
 - O acréscimo médio de valor na União Europeia em 2010 para produtos com DOP ou IGP foi de 2,23, o que significa que produtos com DOP ou IGP foram vendidos 2,23 vezes mais caros do que produtos similares sem IG.

Diversos países reconhecem IG

- Brasil, Índia, China, Rússia, América Central, etc.
- 1995 – 30 países reconheciam IG
- 2013 – mais de 160 países

Estamos-nos a referir a toda uma economia de um território



A SITUAÇÃO ATUAL NA UNIÃO EUROPEIA

Legislação atual:

- Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios.
- Regulamento (CE) n.º 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de Janeiro de 2008, relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas espirituosas e que revoga o Regulamento (CEE) n.º 1576/89 do Conselho.
- Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro, que estabelece uma organização comum dos mercados dos produtos agrícolas e revoga os Regulamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 103797/2001, (CE) n.º 1234/2007 do Conselho.
- Regulamento (UE) n.º 251/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de fevereiro relativo à definição, descrição, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas dos produtos vitivinícolas aromatizados e que revoga o Regulamento (CEE) n.º 1601/91 do Conselho.



IG PARA PRODUTOS NÃO ALIMENTARES

Projeto da União Europeia e principais problemas colocados

- Estudo pedido pela Comissão Europeia (2013)
 - http://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products/index_en.htm
- Consulta pública (2014)
- Conferência em janeiro de 2015
- Questões colocadas:
 - Porquê proteger as IG de produtos não agrícolas?
 - Vantagens para os produtores
 - DO/IG versus marcas
 - Negociações internacionais (China e Índia)
 - O que deve ser protegido?
 - Que produtos? Conexão com o território. Requisitos qualitativos.
 - Como proteger?
 - Processo de registo. Modo de controlo.
 - Relação com o plano nacional
 - Financiamento.

IG PARA PRODUTOS NÃO ALIMENTARES – EXEMPLOS NA UE

Vidro da Marinha Grande (PT)

Bordado Madeira (PT)

Mármore de Carrara (IT)

Facas de Solingen (D)

Vidro de Murano (IT)

Cristais da Boémia (CZ)

Tapeçarias de Aubusson (FR)

Tapetes de Arraiolos (PT)

Porcelana de Limoges (FR)

Facas de Laguiole (FR)

Harris Tweed (UK)

Tartãs escoceses (UK)

Pedra natural de Castilha e Leão (ES)

Relógios suíços

Mármore de Macel (ES)

Cerâmica de Horezu (RO)

Móveis de arte de Bassanesi (IT)

Sabonete de Marselha (FR)

Cerâmica de Alsace (FR)

Diamantes de Antuérpia (NL)

IG PARA PRODUTOS NÃO ALIMENTARES

Desafios:

- Demarcação da região: provavelmente não são predominantes os fatores naturais, mas antes os fatores humanos.
 - O saber-fazer
- Conexão com a região demarcada
 - Não será uma conexão assente em fatores naturais, mas humanos
- Origem das matérias-primas (para DO)
 - Um problema difícil para ser DO (mas não IG), apesar de já existirem exceções.
- Uma das fases de produção ocorra no interior da região (para IG)

IG PARA PRODUTOS NÃO ALIMENTARES

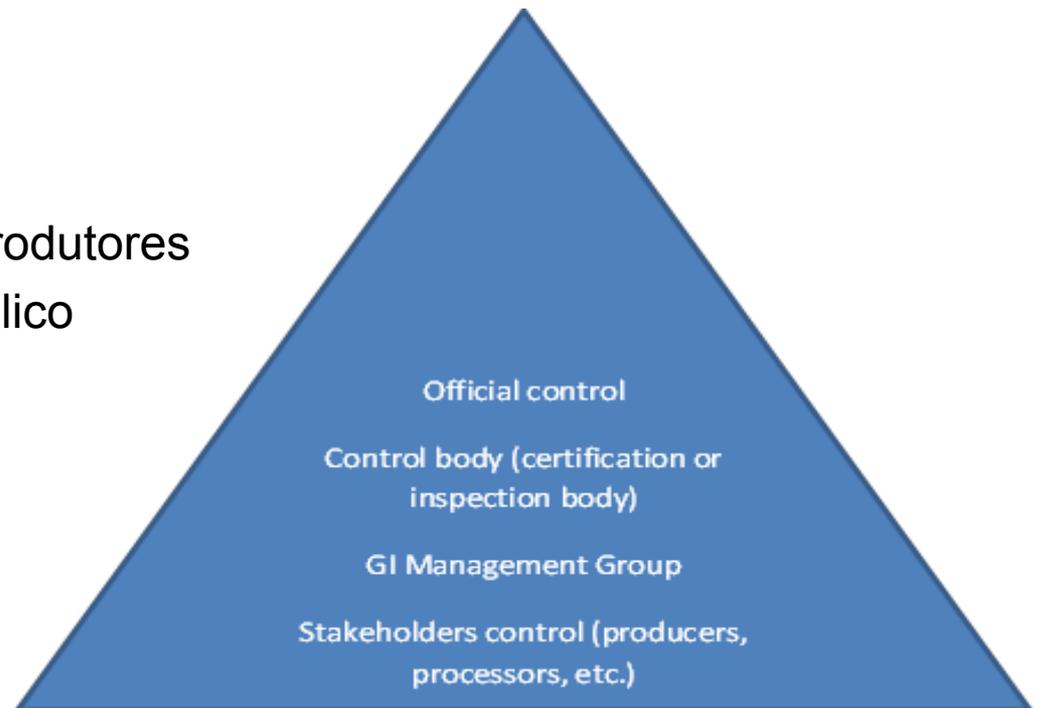
Desafios (continuação):

- Construção do caderno de especificações
 - Descrição do saber-fazer:
 - Modo de produção (por exemplo do vidro ou cristais)
 - Desenhos ou apresentações (por exemplo dos tapetes ou bordados)
 - Os tecidos usados (por exemplo nos têxteis)
- Alterações ao caderno de especificações
 - Sempre possível
- Existirão outros modos de proteger?
 - Patentes (o problema de ser invenção e de cumprir o requisito da novidade)
 - Desenho (desde logo o problema da novidade)
 - Conhecimento tradicional e segredo industrial

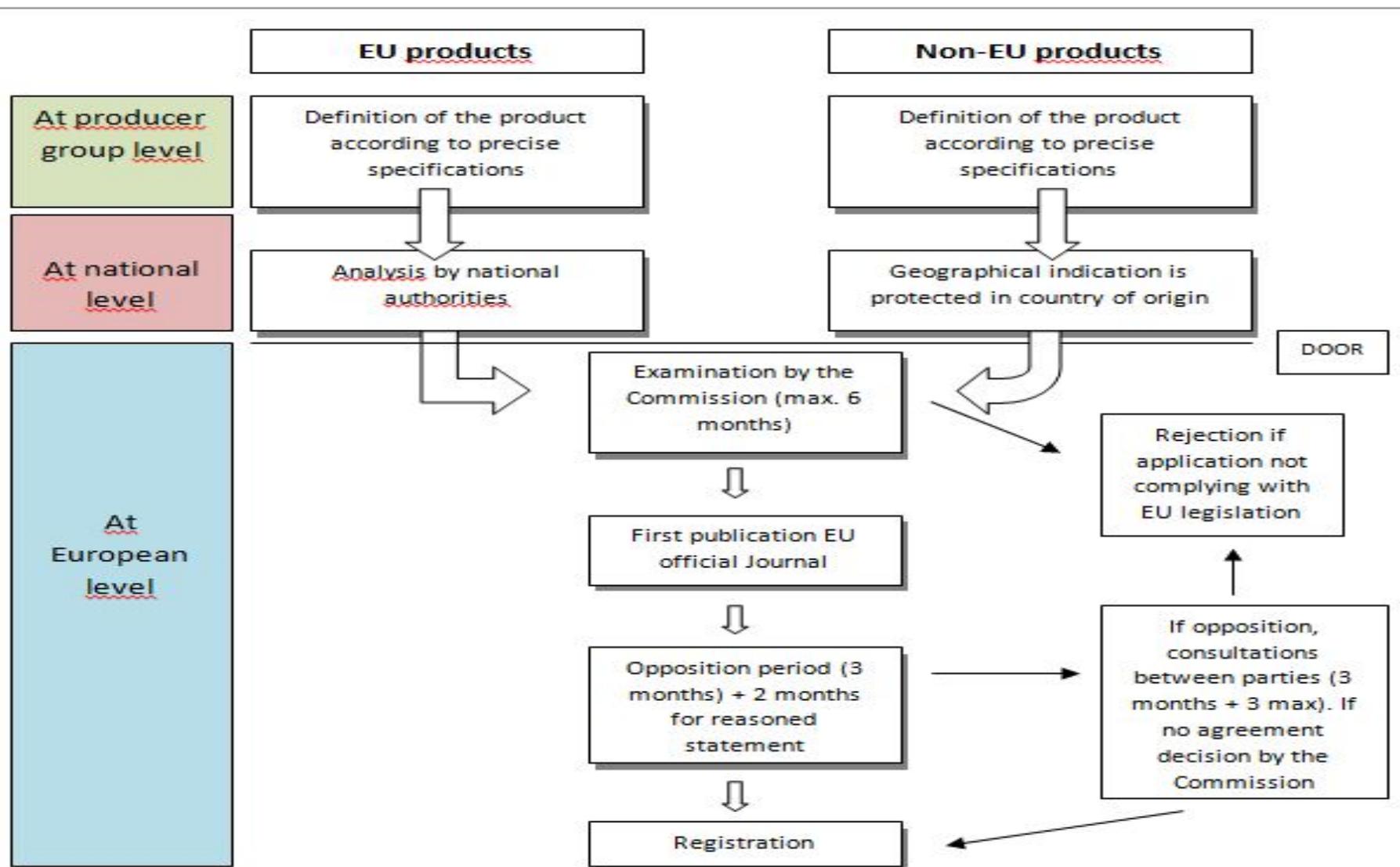
IG PARA PRODUTOS NÃO ALIMENTARES

Desafios não específicos para as IG de produtos não alimentares:

- Controlo externo apenas ou
- Desenvolver o autocontrolo
 - Pelos produtores
 - Pela associação de produtores
- Não apenas um controlo público
- Ou privado externo
- Mas também pelos próprios



REGISTO DAS DOP E IGP NA UE



REGISTO DAS DOP E IGP NA UE

Alguns problemas que se colocam (não específicos de IG para produtos não alimentares):

- Um único registo na União Europeia?
 - Posição do TJUE.
 - Onde: Comissão Europeia ou IHMI?
- Um registo nacional e outro na União Europeia?
 - Alguns países não têm registo nacional de IG ou registo nacional de IG para produtos não alimentares.
 - O exemplo de Portugal.
- O registo da União Europeia exige:
 - Uma fase nacional e
 - Uma fase junto da Comissão Europeia.
 - Deverá existir uma só fase (a Europeia)?
- [Todas estas temáticas foram discutidas a propósito das IG para produtos não alimentares]

UM ÚLTIMO DESAFIO

Deve seguir-se a via das denominações de origem e indicações geográficas em simultâneo?

- Ou deve apenas consagrar-se a figura da indicação geográfica?

Em vez das DOP e/ou IGP deve adotar-se as figuras

- Da marca de certificação
- e/ou
- Da marca coletiva

Vantagens e inconvenientes

Divergência entre os Estados Membros da União Europeia.

QUE FUTURO (EM JEITO DE CONCLUSÃO)?

A importância das IG (incluindo as DO) é indiscutível

- Existe um crescimento económico acentuado destes produtos e do seu valor

Reconhecimento jurídico nacional e internacional

- Legislação nacional crescente (exemplo do Japão, do Brasil, da Rússia, da Índia ou da China)
- Acordos bilaterais e multilaterais

Importância para os produtores e para as regiões

- Afirmação de uma identidade (única) face à globalização (pluralidade de referências ou a standardização)

Em especial:

- Um instrumento na concorrência entre produtos