



**Estudo de benchmarking sobre
o uso de sistemas digitais de gestão
em Indicações Geográficas**

Relatório Final

Junho -2022

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul

CEP.: 70.200-904, Brasília – DF

www.sebrae.com.br

0800 570 0800

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Gerente da Unidade de Inovação

Paulo Renato Macedo Cabral

Gerente Adjunto da Unidade de Inovação

Paulo Puppim Zandonadi

Analista da Unidade de Inovação

Hulda Oliveira Giesbrecht

Consultoria contratada

Sextante Consultoria www.sextante.net.br

Equipe técnica:

Antônio Carlos Tafuri - Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI)

Débora Gomide Santiago (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa)

Hulda Oliveira Giesbrecht - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

Marina Zimmermann – Instituto CNA

Miguel Carvalho - Ministério da Economia

Wellington Gomes dos Santos - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa)

Sumário

1	Objetivo.....	7
2	Introdução.....	7
3	Metodologia.....	7
4	Levantamento e análise de dados secundários sobre avaliação da conformidade, controle, rastreabilidade e acompanhamento de mercado das IG's.....	8
4.1	As informações e os dados secundários coletados.....	9
4.1.1	OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual	9
4.1.2	OriGIn - Organização para uma Rede Internacional de Indicações Geográficas.....	11
4.1.3	Comissão Europeia - Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural	12
4.1.4	As IG em países selecionados - México	16
4.1.5	As IG em países selecionados – Colômbia	21
4.1.6	As IG em países selecionados – França	28
4.1.7	As IG em países selecionados – Portugal	32
4.1.8	As IG em países selecionados - Tailândia	43
4.1.9	As IG em países selecionados - Brasil.....	47
4.2	Usos e experiências em outros setores	65
4.3	Países e organizações estrangeiras e brasileiras a serem pesquisados.....	66
4.4	Fontes consultadas	67
4.5	Análise dos dados secundários	68
4.5.1	Indicações geográficas estrangeiras	68
4.5.2	Indicações geográficas nacionais.....	70
4.5.3	Considerações adicionais	70
5	Entrevistas com organismos e instituições internacionais, entidades regulamentadoras nacionais de IG's de países estrangeiros e entidades nacionais e estrangeiras requerentes e gestoras de IG's.	71
5.1	Organizações entrevistadas	71
5.2	Entrevistas realizadas	73
	RESUMO DA ENTREVISTA OMPI/WIPO.....	73
	Questões gerais abordadas	73
	RESUMO DA ENTREVISTA ORIGIN	78
	Questões gerais abordadas	78
	RESUMO DA ENTREVISTA COMISSÃO EUROPEIA.....	82
	Questões gerais abordadas	83

RESUMO DA ENTREVISTA IMPI México.....	87
Questões gerais abordadas	87
RESUMO DA ENTREVISTA Superintendência de Indústria e Comércio da Colômbia	91
Questões gerais abordadas	91
RESUMO DA ENTREVISTA Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia	94
Questões gerais abordadas	94
RESUMO DA ENTREVISTA CAFECERT	101
Questões gerais abordadas	101
RESUMO DA ENTREVISTA Artesanias de Colômbia	103
Questões gerais abordadas	103
RESUMO DA ENTREVISTA QUALIFICA / OriGIn Portugal.....	109
Questões gerais abordadas	109
RESUMO DA ENTREVISTA Maça de Alcobaça	124
Questões gerais abordadas	124
RESUMO DA ENTREVISTA INAO	129
Questões gerais abordadas	130
RESUMO DA ENTREVISTA Federação dos Cafeicultores do Cerrado	134
Questões gerais abordadas	134
RESUMO DA ENTREVISTA SINDICER	140
Questões gerais abordadas	141
RESUMO DA ENTREVISTA Associação Cacau Sul da Bahia.....	144
Questões gerais abordadas	144
RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus.....	150
Questões gerais abordadas	150
RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Produtores do Queijo Canastra - APROCAN.....	153
Questões gerais abordadas	153
RESUMO DA ENTREVISTA INPI	157
Questões gerais abordadas	157
RESUMO DA ENTREVISTA Cooperativa Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL.....	162
Questões gerais abordadas	163
RESUMO DA ENTREVISTA LUCCA CAFÉS ESPECIAIS.....	165
Questões gerais abordadas	165

RESUMO DA ENTREVISTA ABICS.....	170
Questões gerais abordadas	170
RESUMO DA ENTREVISTA EXPOCACER.....	174
Questões gerais abordadas	174
RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Caparaó – APEC	175
Questões gerais abordadas	175
RESUMO DA ENTREVISTA FLOWINS	176
Questões gerais abordadas	176
RESUMO DA ENTREVISTA Alta Mogiana Specialty Coffee - AMSC.....	177
Questões gerais abordadas	177
RESUMO DA ENTREVISTA KAIZEN.....	178
Questões gerais abordadas	178
RESUMO DA ENTREVISTA Fazendas de café (Itumirim/MG e Ingai/MG).....	179
Questões gerais abordadas	180
RESUMO DA ENTREVISTA Carne da Barrosã e Mel de Barroso, Cooperativa Agrícola da Boticas (CAPOLIB)	180
Questões gerais abordadas	181
5.3 Análise das entrevistas.....	187
5.3.1 Controle.....	187
5.3.2 Rastreabilidade.....	197
5.3.3 Uso de tecnologias	201
5.3.4 Interface com o mercado.....	206
5.3.5 Avaliação da Conformidade	209
5.3.6 Dores e Desafios.....	213
5.3.7 Percepção de valor	218
5.3.8 Futuro	221
5.3.9 Estratégias.....	223
5.3.10 Governança	227
6 Conclusões.....	228
6.1 Principais dores e desafios	228
6.2 Maturidade dos processos de IG.....	228
6.3 Futuro dos processos de IG.....	229
7 Glossário	230

7.1	avaliação da conformidade	230
7.2	certificação	230
7.3	acreditação	230
7.4	indicações geográficas	230
7.5	denominação de origem	230
7.6	indicação de procedência	230
8	Siglas	231

1 Objetivo

Identificar sistemas digitais de gestão utilizados por Indicações Geográficas nacionais e internacionais de diferentes regiões, com foco em avaliação da conformidade, controle, rastreabilidade e acompanhamento de mercado dos produtos de Indicações Geográficas.

2 Introdução

As Indicações Geográficas são indubitavelmente um excelente mecanismo de mercado que consegue atender a múltiplos objetivos, que vão desde a valorização e o reconhecimento do patrimônio imaterial, da proteção dos valores culturais e tradições das regiões, da vinculação dos produtos e serviços aos territórios que os produzem, da comprovação da agregação de valor a estes produtos e serviços, até o atendimento das necessidades e expectativas dos consumidores em vivenciar, experimentar e se conectar com a história, cultura e as tradições relacionadas.

Um produto ou serviço que tem legalmente o direito de uso da Indicação Geográfica passa a ter sua origem reconhecida e protegida, conectando-o de alguma forma com a qualidade, reputação ou outra característica que é essencialmente atribuída a essa origem geográfica.

Este vínculo do produto ou serviço com o território pode ser estendido pela cadeia produtiva, incluindo as atividades de distribuição e comercialização.

Os processos estabelecidos para concessão e controle do direito de uso de cada Indicação Geográfica são fundamentais para garantir o sucesso deste mecanismo e, portanto, precisam ser bem planejados, estruturados e constantemente incorporar melhorias que consigam fortalecer e ampliar a efetividade da Indicação Geográfica.

Em função do contexto atual das Indicações Geográficas brasileiras, incluindo as medidas de controle e acompanhamento utilizadas, é possível que haja espaço para concepção e implementação de um conjunto estruturado de ações e medidas para aprimoramentos. Neste sentido é importante que haja um olhar para outras experiências de sucesso que permitam inspirar o futuro desenvolvimento das Indicações Geográficas no Brasil.

Além disto, já se vive a era da revolução digital, onde constantemente surgem inovações e soluções tecnológicas que deveriam ser consideradas para uso e fortalecimento dos processos de Indicações Geográficas, em particular, para fortalecer e ampliar a credibilidade e a confiança necessárias para estes tipos de mecanismos.

A incorporação das tecnologias disponíveis poderá ainda aumentar o conhecimento e o reconhecimento das Indicações Geográficas como requisito de compra e como objeto de desejo dos consumidores.

3 Metodologia

Este estudo foi realizado através de 2 grandes etapas: i) levantamento e análise de dados secundários sobre avaliação da conformidade, controle, rastreabilidade e acompanhamento de mercado das IG's e ii) entrevistas com organismos e instituições internacionais, entidades regulamentadoras nacionais de IG's de países estrangeiros e entidades nacionais e estrangeiras requerentes e gestoras de IG's.

Para a realização da primeira etapa foi efetuada pesquisa em sítios na Internet das organizações ou iniciativas relevantes de IG selecionadas. As informações coletadas foram organizadas, sistematizadas e analisadas de maneira a se poder apreciar os processos, práticas, métodos e técnicas utilizadas na gestão das IG. Ao final desta etapa foram listadas potenciais organizações a serem consideradas para a realização das entrevistas.

Assim, baseada nesta análise foi iniciada a segunda etapa com a elaboração de roteiros para cada tipo de organização a ser entrevistada, seguido do planejamento e da execução das entrevistas.

As informações coletadas nas entrevistas foram então resumidas em relatos consolidados com os principais pontos de interesse do estudo de benchmarking.

A metodologia utilizada se concentrou na organização dos resultados em tópicos relevantes, como controle, rastreabilidade, uso de tecnologias digitais, avaliação da conformidade, dores e desafios, futuro e estratégia.

A partir disto, foram identificadas as visões comuns e específicas para cada um dos tópicos, seguida da análise das informações para os objetivos do estudo. O foco da análise não teve a função de comparar a atuação de cada uma das organizações entrevistadas, mas sim de extrair e destacar informações significativas que possam contribuir com o futuro desenvolvimento das Indicações Geográficas no Brasil.

Por fim, as questões centrais foram sumarizadas em forma de recomendações e pontos de atenção a serem observados como lições aprendidas deste estudo.

4 Levantamento e análise de dados secundários sobre avaliação da conformidade, controle, rastreabilidade e acompanhamento de mercado das IG's

Conforme descrito no capítulo anterior o estudo de benchmarking foi iniciado com a identificação e o levantamento prévio de informações secundárias sobre avaliação da conformidade, controle, rastreabilidade e acompanhamento de mercado das IG's.

Para isso foram selecionados organismos e instituições internacionais; entidades regulamentadoras nacionais de IG's de países estrangeiros; entidades requerentes de IG's dos mesmos países analisados no item anterior e entidades requerentes de IG's brasileiras.

4.1 As informações e os dados secundários coletados

4.1.1 OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual¹

4.1.1.1 Caracterização

Tipo: Organismo das Nações Unidas, conta atualmente com 193 estados membros. Foi criada por meio de Convenção, assinada em Estocolmo, Suécia, em 1967.

Abrangência: Internacional

Estrutura de governança/gestão

Os estados membros aprovam a direção estratégica e as atividades da OMPI nas reuniões anuais. Os mais altos órgãos decisórios da OMPI são a Assembleia Geral da OMPI e as Assembleias dos Estados membros; o Comitê de Coordenação da OMPI; e a Conferência. Conta ainda com uma equipe de gestão liderada por um diretor geral.

Dispõe de um Departamento de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas, o qual integra o Registro de Denominações de Origem e Indicações Geográficas de Lisboa.

O que faz

Seu principal objetivo é promover a proteção da propriedade intelectual em todo o mundo através da cooperação de Estados e organizações que o compõem.

A OMPI incentiva a adoção de medidas que visam melhorar a proteção da propriedade intelectual em todo o mundo e harmonizar as leis nacionais. É responsável pela administração de acordos internacionais em matéria de proteção da propriedade intelectual; oferece cooperação aos estados que solicitam assistência técnico-jurídica na área de propriedade intelectual; mantém os serviços que facilitam a proteção internacional da propriedade intelectual e realiza registros nesta matéria, conforme, por exemplo, o Sistema de Registro Internacional de Marcas (Sistema de Madrid).

Também é responsável pelo Registro de Lisboa, que é o mecanismo responsável pelo tratamento dos pedidos internacionais e outros pedidos de registro no Registro Internacional. O Registro é mantido pela OMPI ao abrigo do Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e do seu Registro Internacional ("Acordo de Lisboa"). O Sistema de Lisboa estabelece um quadro jurídico para facilitar a proteção internacional de Denominações de Origem - DO e IG em 37 partes contratantes, abrangendo 56 países.²

4.1.1.2 Mecanismos de controle

As partes contratantes são obrigadas a proteger as DO e IG registradas em seus territórios contra qualquer usurpação e imitação.

Para poderem se beneficiar dessa proteção internacional ao abrigo do Sistema de Lisboa, as IG devem estar protegidas como tal na sua Parte Contratante de Origem. Após a realização de um exame formal do pedido internacional, a OMPI notifica as outras partes contratantes do Acordo de Lisboa. Cada parte contratante é livre para decidir se protege uma DO ou IG recém-registrada ou se recusa a proteção em seu território. As recusas podem ser emitidas por qualquer motivo substantivo existente no quadro

¹Ver <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

²Ver <https://www.wipo.int/lisbon/en/>

nacional ou regional e devem ser notificadas à OMPI no prazo de um ano a contar da notificação do novo registro.

O registro da IG é por tempo ilimitado, não sendo preciso pagar taxa adicional para renovar o registro. A proteção internacional dura enquanto a IG permanecer protegida em sua parte contratante de origem, estando sujeito a qualquer recusa dentro do prazo prescrito ou invalidação de seus efeitos no território de uma parte Contratante.

Não foram encontradas informações mais detalhadas sobre como a OMPI faz esse acompanhamento da proteção das IG junto aos países membros do Acordo.

4.1.1.3 Rastreabilidade

Rastreabilidade e controle aparecem ainda em documento publicado em 2013, que trata do apoio a projeto na Tailândia, junto ao Departamento de Propriedade Intelectual, com uma das frentes de ação focada no desenvolvimento de mecanismos de controle e rastreabilidade.³

4.1.1.4 Controle do uso de Selos de IG e disponibilização da informação

Os registros de IG disponíveis na base de dados **Sistema de Lisboa** podem ser consultados em Lisbon Express⁴.

Além de informações sobre os produtos com IG, a OMPI disponibiliza uma Base de Dados⁵ online com as respostas fornecidas por membros da Comissão Permanente de Direito de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas sobre os sistemas nacionais e regionais. Os dados disponibilizados auxiliam a dar certa proteção às IG de cada país.

4.1.1.5 Acompanhamento do mercado

O OMPI conta ainda com outra plataforma, a WIPO Lex⁶, um banco de dados global que fornece acesso gratuito a informações legais sobre propriedade intelectual - PI, incluindo leis e regulamentos (dentre os quais abrangendo IG), tratados administrados pela OMPI relacionados a PI, e decisões judiciais importantes sobre o tema.

4.1.1.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Artigo da OMPI de 2020 analisa o uso de *blockchain* e Propriedade Intelectual⁷. Outra referência, de 2021, traz uma explicação mais detalhada de como *blockchain* funciona e os benefícios do uso na Propriedade Intelectual⁸. Não há menção a iniciativas específicas relacionadas ao uso de tecnologia em IG, tampouco há outras menções ao uso de tecnologias digitais.

Por outro lado, as bases de dados mencionadas são constituídas a partir de informações prestadas pelas partes. Contudo, o acesso via Internet a essas bases não é amigável.

³ Ver https://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_bkk_13/wipo_geo_bkk_13_5.pdf

⁴ Ver <https://www.wipo.int/ipdl/en/lisbon/search-struct.jsp>

⁵ Ver <https://www.wipo.int/memberprofilesgeo/#/>

⁶ Ver <https://wipolex.wipo.int/>

⁷ Ver https://www.wipo.int/wipo_magazine_digital/en/2020/article_0002.html

⁸ Ver https://www.wipo.int/wipo_magazine_digital/en/2021/article_0002.html

4.1.2 OriGIn - Organização para uma Rede Internacional de Indicações Geográficas⁹

4.1.2.1 Caracterização

Tipo: Organização não governamental (ONG) sem fins lucrativos com sede em Genebra, fundada em 2003.

Abrangência: Internacional

Estrutura de governança/gestão

É uma aliança global de indicações geográficas - IG de vários setores, representando cerca de 576 associações de produtores e outras instituições relacionadas a IG de 40 países. Os membros da OriGIn são grupos (Consórcios, Conselhos Reguladores, Federações etc.) que representam uma IG ou associações que representam várias IG, em nível nacional ou regional, do mesmo setor ou de vários setores.

A OriGIn conta com uma equipe de gestão, liderada por um diretor executivo, assim como com um Comitê Executivo, com lideranças de todos os continentes.

O que faz

Atua pela promoção e efetiva proteção legal e fiscalização das IG e para promover as IG como ferramenta de desenvolvimento sustentável para produtores e comunidades.

A OriGIn fornece suporte técnico por meio do envio de relatórios periódicos, boletins, estudos, informações sobre decisões judiciais e leis nacionais, além de outros materiais sobre indicações geográficas. A rede oriGIn representa uma fonte única de informação sobre as principais questões relacionadas com as IG (proteção legal nos principais mercados, controle da qualidade, comercialização, etc.).

4.1.2.2 Mecanismos de controle e Rastreabilidade

A OriGIn mantém uma base de dados, disponível *online*, de IG, designada "Worldwide GIs Compilation" com dados de 8.744 IG. Com essa compilação mundial, a OriGIn tem o objetivo de estabelecer uma linguagem comum no cenário internacional de IG. Independentemente do sistema legal e da terminologia adotada em nível nacional, a ferramenta busca registrar em ordem alfabética todas as IG atualmente protegidas no mundo.

4.1.2.3 Controle do uso de Selos de IG e disponibilização da informação

Mantém uma [Base de Dados](#)¹⁰ "Worldwide GIs Compilation" online com informações das IG cadastradas em diferentes países, indicando:

- nome da IG;
- tipo de produto;
- país de origem ;
- tipo de proteção legal;
- lei que a instituiu;
- lista de países terceiros de proteção;

⁹ Ver <https://www.origin-gi.com/es/>

¹⁰ Ver <https://www.origin-gi.com/worldwide-gi-compilation/>

- link para o acesso a mais informações sobre o produto.

A OriGin, pela sua natureza, não controla o uso de IG ou suas marcas.

4.1.2.4 Acompanhamento do mercado

A organização estimula autoridades nacionais/regionais responsáveis pelas IG a enviar comentários e completar as informações sobre a proteção de IG estrangeiras em sua jurisdição, de modo a manter a compilação atualizada. A OriGin, pela sua natureza, não atua no acompanhamento do mercado. No seu sítio na Internet não há informações ou orientações acerca de acompanhamento do mercado.

4.1.2.5 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Destaque para plataforma tecnológica com informações sobre as IG que a organização mantém, com transparência, estimulando o conhecimento e o diálogo relacionados às diferentes abordagens adotadas para IG por diferentes países. A ferramenta permite buscas rápidas por países, por regiões do mundo, por tipo de produto e proteção legal. Uma vez feita a busca, apresenta uma relação de IG, a partir da qual é possível acessar outros conteúdos relacionados. Inicialmente não foi identificada menção ao uso de *blockchain*, ou outras tecnologias, para rastreamento e controle de produtos com IG.

4.1.3 Comissão Europeia – Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

4.1.3.1 Caracterização

A União Europeia é uma união econômica e política de 27 Estados-Membros independentes situados na Europa. O seu órgão executivo é a Comissão Europeia, constituída por diversas Direções Gerais. A Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural - DG AGRI tem sob sua responsabilidade o tema das Indicações Geográficas. A AGRI.F é a divisão responsável por gerir as IG europeias.

A política da qualidade para produtos agrícolas e alimentares da UE visa proteger os nomes de produtos específicos para promover as suas características únicas, ligadas à sua origem geográfica, bem como ao saber-fazer tradicional. É importante notar que a iniciativa europeia de IG abrange produtos agrícolas, alimentos e bebidas.

Os nomes dos produtos podem receber uma indicação geográfica se tiverem uma ligação específica ao local onde são produzidos. O reconhecimento de IG permite que os consumidores confiem e distingam produtos de qualidade, ao mesmo tempo em que ajuda os produtores a comercializar melhor seus produtos.

Os produtos que estão sob consideração ou que receberam reconhecimento de IG são listados nos registros de produtos de qualidade. Os registros também incluem informações sobre as especificações geográficas e de produção de cada produto.

Reconhecidas como propriedade intelectual, as indicações geográficas desempenham um papel cada vez mais importante nas negociações comerciais entre a UE e outros países.

As indicações geográficas estabelecem direitos de propriedade intelectual para produtos específicos cujas qualidades estão relacionadas com a área de produção. As indicações geográficas na UE consistem em DOP (Denominação de Origem Protegida – alimentos e vinho), IGP (Indicação Geográfica Protegida – alimentos e vinho) e IG (Indicação Geográfica - bebidas espirituosas e vinhos aromatizados). O sistema de indicações geográficas da UE protege os nomes dos produtos oriundos de regiões específicas com qualidades específicas ou com uma reputação relacionada com o território de produção. As diferenças entre DOP e IGP estão ligadas principalmente à quantidade de matérias-primas do produto que devem

provir da região em causa e à parte do processo de produção que deve realizar-se na mesma. As IG dizem respeito especificamente às bebidas espirituosas e vinhos aromatizados.

As IG reconhecidas pela União Europeia são IG reconhecidas pelos Estados-Membros da UE que solicitaram o reconhecimento ao nível Europeu.

Assim, em linhas gerais, pedido de registro da denominação de um produto agrícola ou gênero alimentício como DOP, IGP, ETG na União Europeia divide-se em dois níveis: o nível nacional, desde a formalização do pedido até à aceitação e registro ao nível nacional, pela autoridade respectiva do Estado-Membro, e o nível comunitário, com a sua submissão à CE por parte da autoridade nacional respectiva do Estado-Membro e a sua análise e decisão na CE.

As IG também podem ser reconhecidas por acordos bilaterais.

4.1.3.2 Mecanismos de controle

Todos os produtos registrados como IG têm que cumprir tanto os planos de controle em vigor estabelecidos para essas IG, quanto a regulamentação em vigor aplicáveis a esse tipo de produtos, o que inclui a regulação relativa à segurança de alimentos e a relativa à aplicação da rotulagem definida pela UE, que é obrigatória para produtos alimentares e agrícolas e facultativa nos vinhos.



Figura 1 – Aplicação do Selo definido pela UE

4.1.3.3 Uso da avaliação da conformidade

Os planos de controle frequentemente incluem o uso de mecanismos de avaliação da conformidade, como ensaios, auditorias ou certificações propriamente ditas. As atividades de controle são desempenhadas quer pelas autoridades nacionais reguladoras respectivas, quanto as estabelecidas pelo próprio processo de IG, que podem ser as entidades gestoras da IG ou organismos de avaliação da conformidade terceiros. Estes devem ser acreditados pelos organismos nacionais de acreditação, usualmente com base em uma das seguintes normas, de acordo com a atividades desempenhada: ISO/IEC 17025, no caso de laboratórios de ensaio, ISO/IEC 17020, no caso de organismos de inspeção ou ainda ISO/IEC 17065 no caso de organismos de certificação de produtos¹¹.

Deve-se notar que as IG são apresentadas pela DG AGRI como uma das possibilidades de certificação de produtos agrícolas ou alimentos, ou seja, inserem-se numa política mais abrangente da União Europeia para a qualidade dos produtos agrícolas e alimentares.

Como mencionado, o uso da IG europeia e da sua respectiva marca implica necessariamente o cumprimento das regras específicas da IG mas também a conformidade à regulamentação aplicável a

¹¹ Ver Soeiro, A.; “Estudo sobre a viabilidade de utilização de um símbolo (selo) único para IGs brasileiras”, Diálogos União Europeia – Brasil, Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, Ministério das Relações Exteriores, Brasil, 2018.

esses produtos. Assim, para além dos controlos específicos da IG, a Comissão Europeia realiza controlos destinados a monitorar a aplicação da legislação da UE em matéria de segurança dos alimentos e animal, saúde animal, bem-estar animal, fitossanidade e, em certas áreas, da proteção da saúde humana. Isto significa que os cidadãos da UE beneficiam de um elevado nível de segurança e que as mercadorias são comercializadas em condições seguras. Na Comissão, a responsabilidade por este trabalho foi atribuída outra Direção Geral, a Direção-geral da Saúde e Segurança dos Alimentos - DG SANTE, especificamente ao departamento de auditorias e análises de saúde e alimentos. Realizam controlos para garantir que as autoridades nacionais dos países da UE e dos países terceiros que exportam para a UE estão cumprindo as suas obrigações legais. Em geral, isso é feito por auditorias focadas em sistemas de controle e não em instalações individuais, mas também são realizados outros tipos de controlos, como estudos de apuração de fatos. O departamento produz relatórios de suas atividades de controle, que estão, com poucas exceções, publicamente disponíveis no site da UE.

A Direção-Geral da Saúde e Segurança dos Alimentos desenvolve um plano plurianual que define as prioridades dos seus controlos para os 5 anos seguintes. Esta priorização tem em conta os requisitos legais para os controlos da Comissão, o risco colocado nas áreas políticas do universo dos controlos, bem como as prioridades políticas da Comissão. Todos os anos, com base no plano plurianual, também estabelece e publica um programa de trabalho anual, produzido em consulta com outros serviços da Comissão e com os países da UE. O programa proporciona um equilíbrio entre os países da UE e os países não pertencentes à UE. É importante acrescentar que as ações de fiscalização do cumprimento das regulamentações europeias no mercado cabem às autoridades nacionais respectivas, o que significa que a maneira como é implementada varia muito de país para país. A título de exemplo, Portugal decidiu centralizar numa autoridade única, a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica – ASAE, a fiscalização na quase totalidade dos domínios, enquanto na Alemanha, a fiscalização é efetuada por autoridades dos Estados da federação, com frequência uma para cada domínio regulatório, do que resulta que dezenas de autoridades atuam no mercado alemão. A Comissão Europeia publica regularmente listas das autoridades fiscalizadoras em cada país para cada domínio. No caso das autoridades em cada país responsáveis controle da aplicação da regulamentação europeia relativa às IG, a lista está disponível na página da Internet da Comissão Europeia¹² e informa que em Portugal há 4 autoridades com responsabilidades de fiscalização e controle nesse campo (a ASAE, a Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural – DGADR, do Ministério da Agricultura, em âmbito nacional, e uma autoridade em cada uma das Regiões Autônomas portuguesas – Madeira e Açores) e na Alemanha há mais de 250 autoridades.

4.1.3.4 Rastreabilidade

Os nomes dos produtos objeto de pedido de indicação geográfica ou de especialidade tradicional garantida – ETG, ou já registrados como IG ou ETG, constam na base de dados eAmbrosia¹³ (produtos alimentares e agrícolas, vinhos, bebidas espirituosas e vinhos aromatizados - registro legal de dados). Encontra-se também disponível a base de dados de todas as indicações geográficas protegidas ao nível da União Europeia¹⁴.

¹² Ver https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/food_safety_and_quality/documents/national-competent-authorities-food-sector_en.pdf. Acessado em 10 de Março de 2022. Na verdade, a lista contém 20 páginas, das quais 13 e meia contém as autoridades alemãs.

¹³ Ver <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>. Acessado em: 4 de Março de 2022.

¹⁴ Ver <https://www.tmdn.org/giview/>. Acedido em: 8 de Março de 2022.

Já o TRACES¹⁵ é a plataforma online da Comissão Europeia para a certificação sanitária e fitossanitária necessária para a importação de animais, produtos de origem animal, alimentos e rações de origem não animal e plantas para a União Europeia, e o comércio intracomunitário e as exportações da UE de animais e determinados produtos animais¹⁶.

Hoje, o TRACES é uma ferramenta indispensável, utilizada em cerca de 90 países, com mais de 55.000 usuários em todo o mundo para a emissão de certificados sanitários e fitossanitários e documentos oficiais necessários para importações, exportações e movimentos intra-UE de animais vivos e mercadorias.

O principal objetivo do TRACES é agilizar o processo de certificação e todos os procedimentos de entrada vinculados e oferecer um fluxo de trabalho totalmente digitalizado e sem papel. Facilita a troca de dados, informações e documentos entre todas as partes comerciais envolvidas e as autoridades de controle e, portanto, simplifica e agiliza os procedimentos administrativos.

A plataforma TRACES reforça a cooperação e a coordenação entre as autoridades competentes dos países da UE e de países terceiros, mas também entre os próprios comerciantes e as suas autoridades competentes. Quando é tomada uma decisão sobre uma remessa, as partes envolvidas são notificadas e têm acesso aos documentos pertinentes. O TRACES permite a detecção rápida de certificados falsos, contribuindo assim para combater a fraude alimentar e reforçar a cooperação e colaboração entre as autoridades.

A ferramenta estatística integrada permite a extração de dados valiosos com relação às importações para a UE, exportações da UE e comércio intra-União.

4.1.3.5 Controle do uso de Selos de IG e disponibilização da informação

No âmbito do sistema de direitos de propriedade intelectual da UE, os nomes dos produtos registrados como IG estão legalmente protegidos contra a imitação e a utilização abusiva na UE e em países terceiros com os quais tenha sido assinado um acordo de proteção específico.

As autoridades nacionais competentes de cada país da UE tomam as medidas necessárias para proteger os nomes registrados no seu território ao abrigo de todos os regimes de qualidade. Devem igualmente prevenir e impedir a produção ou comercialização ilegais de produtos que utilizem um nome protegido.

Os nomes de produtos não europeus podem igualmente ser registrados como IG diretamente ou através das suas autoridades nacionais.

Foram protegidos nomes de vários produtos (vinhos, produtos alimentares, vinhos aromatizados e bebidas espirituosas) produzidos em vários países fora da UE, como a Colômbia ou a África do Sul.

Faz parte das atividades de fiscalização anteriormente mencionadas a verificação no mercado de produtos das marcas distintivas utilizadas e as ações daí decorrentes no caso de se detectarem usos abusivos, impróprios ou ilegítimos. As autoridades fiscalizadoras agem então para sanar eventuais usos impróprios. As bases de dados já mencionadas proporcionam a informação acerca das Selos de IG atribuídos e em uso.

¹⁵ Ver https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/origin-and-traceability_pt. Acessado em: 8 de Março de 2022.

Para além desses mecanismos de informação, a Comissão Europeia tem na sua página na Internet sítios para promover o consumo dos produtos protegidos, dirigidos especificamente para os consumidores, como por exemplo “Geographical indications in recipes”¹⁷ onde são apresentadas receitas com produtos com IG, DO ou ETC, ou ainda “Sensational! Cooking with great European products”¹⁸, um livro de receitas, em várias línguas europeias.

4.1.3.6 Acompanhamento do mercado

A realização de auditorias por parte da UE e verificação pelos organismos de controle e certificação, permitem a validação do cumprimento dos procedimentos das IG.

Por outro lado, destaca-se a realização de consultas públicas durante o processo de registro de IG.

Por fim, as autoridades fiscalizadoras efetuam rotineiramente o acompanhamento do mercado, usando uma abordagem de riscos (que abrange riscos à saúde e ao consumidor e, também, prevenção de fraudes).

4.1.3.6.1 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Destaque para a base de dados eAmbrosia que dá acesso a todas as IG registradas ao nível europeu, permitindo que todos tenham acesso às informações detalhadas, assim como para a base de dados de todas as indicações geográficas protegidas ao nível da União Europeia. Por outro lado, salienta-se a divulgação de todos os acordos estabelecidos entre os diversos os estados membros da UE e países terceiros.

A plataforma TRACES vem também agilizar o processo de certificação e todos os procedimentos de entrada vinculados e, oferecer um fluxo de trabalho totalmente digitalizado e sem papel. Facilita a troca de dados, informações e documentos entre todas as partes comerciais envolvidas e as autoridades de controle e, portanto, simplifica e agiliza os procedimentos administrativos.

4.1.4 As IG em países selecionados – México

O México é um país que conta com 18 produtos protegidos com denominação de origem, sendo a tequila o primeiro deles, registrado em 1974. Em 2018, incluíram Indicação Geográfica no marco legal do país, e em outubro de 2020 concederam a primeira IG para o artesanato de Oaxaca. Em 2020 também foi concedida a última DO de que se tem registro.

Adiante a lista de produtos com denominação de origem no país¹⁹.

- Café Pluma
- Café de Veracruz
- Café de Chiapas
- Bacanora – bebida a base de agave
- Cerâmica Talavera
- Âmbar de Chiapas
- Artesanato de Olinalá
- Baunilha de Papantla
- Arroz de Morelos.

¹⁷ Ver https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/eu-quality-food-and-drink/gi-recipes_en

¹⁸ Ver <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ddd809ae-2d3d-11eb-b27b-01aa75ed71a1>

¹⁹ Disponível em <https://www.gob.mx/impj/articulos/tradicion-e-identidad-protégidas-las-denominaciones-de-origen-e-indicaciones-geográficas>

- Charanda – aguardente de cana de açúcar
- Mezcal
- Sotol – planta nativa usada para fazer uma variedade de produtos
- Tequila
- Raicilla – bebida a base de agave
- Pimentão Habanero da Península de Yucatán
- Manga Ataúlfo del Soconusco Chiapas
- Cacau Grijalva
- Pimenta de Yahuallica

Para solicitar uma denominação de origem, o requerente deve fazer uma descrição detalhada do produto e demonstrar ao Estado que o conceito que define a DO é atendido, não sendo necessário indicar meios de controle e/ou rastreamento do produto.

A seguir optou-se por detalhar o exemplo da Tequila, de modo a ilustrar o sistema de gestão da IG adotado no país, e os métodos de acompanhamento e controle adotados pelo setor.

4.1.4.1 Entidade reguladora nacional de IG

A entidade regulamentadora nacional de IG é o Instituto Mexicano de Propriedade Intelectual – IMPI²⁰, que dentre as ações/ serviços desenvolvidos está a proteção intelectual via denominação de origem ou indicação geográfica.

De acordo com instrumentos legais, caso a solicitação de denominação de origem atenda todos os requisitos, o IMPI emite a autorização de uso pelo período de 10 anos, a qual pode ser renovada por novos períodos com a mesma duração. A denominação de origem pode deixar de surtir efeito caso o órgão verifique que estava fundamentada em documentação falsa, seja utilizada de forma distinta da estabelecida na declaração, ou quando não renovada sua vigência.

Os registros das IG no IMPI são designados como Declarações Gerais de proteção de denominações de origem existentes no país e estão disponíveis na plataforma online do IMPI²¹, onde também se apresentam os conceitos, benefícios e o caminho para solicitação. No entanto, não há menção sobre como é realizado o controle e acompanhamento das IG. Pelo portal *online* o órgão indica que mais informações devem ser solicitadas à parte e, portanto, devem ser investigadas na análise na próxima etapa do projeto.

4.1.4.2 Conselho Regulador da Tequila - CRT22

4.1.4.2.1 Caracterização/descrição

Tipo: Organização privada sem fins lucrativos, com personalidade jurídica própria.

²⁰ Ver <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-impi-marcas-denominaciones-de-origen?state=published>

²¹ Ver <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/declaraciones-generales-de-proteccion-de-denominaciones-de-origen>

²² Ver <https://www.crt.org.mx/index.php/es/>

Abrangência: Nacional e internacional.

Estrutura de governança/gestão: formado por produtores de agave, empresários de tequila, embaladores/engarrafadores, comerciantes e representação governamental para assegurar a representação da indústria de tequila e transparência na operação do Conselho de Administração.

Área de atuação

Tem como principal objetivo certificar o cumprimento das Regras Obrigatórias da Tequila. Procura garantir, por meio de verificação, o cumprimento do regulamento técnico (NOM-Tequila) do produto; e garantir ao consumidor a autenticidade da tequila. Atua ainda na certificação da conformidade com o regulamento (NOM, de Norma Oficial Mexicana), salvaguardando a denominação de origem do produto no México e no exterior. Também gera dados e estatísticas sobre o setor.

O CRT é também um Organismo de Certificação e é o único Organismo de Avaliação da Conformidade acreditado para certificar a conformidade com a NOM Tequila, sendo também aprovado pela Direção Geral de Normas, órgão da Secretaria de Economia (a despeito do nome, a secretaria é o ministério responsável pela gestão da Infraestrutura da Qualidade no México) que reconhece os seus resultados.



Figura 2 - Território onde é produzida a tequila com DO controlada e certificada pelo CRT

4.1.4.2.2 Mecanismos de controle

O CRT usa diferentes métodos de controle, como:

- Verificação física de processo - todas as operações unitárias são verificadas a 100%, incluindo a natureza da matéria-prima para posterior certificação;
- Análise documental (contábeis, sistema da qualidade, informação comercial);
- Testes de laboratório (amostras, medições e balanços de materiais);
- Certificação do produto; e
- Acompanhamento dos produtos no mercado nacional e internacional. Esta atividade inclui a coleta de amostras aleatórias no mercado e ensaio. A coleta é efetuada de maneira anônima e sem prévio aviso.

O Conselho conta com laboratório próprio, com acreditação do EMA (Entidade Mexicana de Acreditação), infraestrutura e pessoal capacitado.

O Conselho Regulador da Tequila está credenciado como órgão de fiscalização para avaliar o cumprimento dos seguintes regulamentos²³ e normas técnicas:

- NOM-006-SCFI-2012 Bebidas Alcoólicas - Tequila.
- NOM-142-SSA1-1995 Bens e serviços - Bebidas alcoólicas - Especificações sanitárias - Rotulagem sanitária e comercial.
- NMX-V-049-NORMEX-2004 Bebidas Alcoólicas que Contêm Tequila.

Convém notar que o documento que estabelece as características da tequila é um regulamento técnico, a NOM-006-SCFI-2012.

O CRT realiza as atividades de avaliação da conformidade que fazem parte do processo de controle da IG seguindo as normas aplicáveis da série ISO 17000 (ISO/IEC 17025 para os laboratórios, ISO/IEC 17020 como organismo de inspeção e ISO/IEC 17065 para a certificação de produtos). O CRT conta também com um sistema de gestão da qualidade segundo a ISO 9001, que inclusive está certificado. A organização dispõe ainda de um departamento da qualidade.

4.1.4.2.3 Rastreabilidade

O CRT faz:

- Monitoramento e registro de produtos que incluam a palavra Tequila, através de representações internacionais nos Estados Unidos - EUA, União Europeia - UE e China com o apoio das representações diplomáticas do México.
- Proteção de registros por meio do sistema *Trade Mark Watch Report*²⁴, monitorando um média anual de 400 marcas em todo o mundo.
- Proteção da denominação de origem da tequila nas Alfândegas, colaboração com a Organização Mundial de Alfândegas - OMA²⁵.
- A Denominação de Origem da Tequila foi protegida na UE no âmbito do Regulamento 1383, relativa à intervenção das autoridades aduaneiras nos casos de mercadorias suspeitos de infringir certos direitos de propriedade intelectual.
- Participação do CRT nos programas internacionais de proteção dos direitos de propriedade intelectual.

A rastreabilidade é efetuada “do campo à mesa”, abrangendo o uso de um conjunto de ferramentas que incluem verificação das variedades de agave produzidas, registro de plantações (inclusive com o uso de georreferenciamento), aplicação de Boas Práticas Agrícolas, avaliações dos sistemas da qualidade e a segurança dos alimentos em todas as fases de processamento e controle de lotes, documentação de expedição e de exportação, mecanismos de controle da comercialização e a realização de análises físico-químicas nos produtos no mercado.

²³ convém esclarecer que os regulamentos técnicos emitidos pelas autoridades mexicanas são designados de “NOM – Normas Oficiais Mexicanas”. Portanto, a despeito do nome, as NOM são regulamentos técnicos *strictu sensu*. As NMX, normas mexicanas, são as normas técnicas voluntárias.

²⁴ Ver <https://docplayer.es/93571125-Mecanismos-de-control-y-rastreabilidad-de-productos-de-las-indicaciones-geograficas-y-marcas-colectivas-caso-denominacion-de-origen-tequila.html>. Não se obtiveram mais informações sobre os Trade Mark Watch Reports. Recomenda-se que se investigue este aspecto na próxima fase do projeto.

²⁵ Ver <http://www.wcoomd.org/Pt>

Um aspecto técnico a destacar no que se refere à rastreabilidade é o uso de análises cromatográficas dos produtos que representam uma caracterização única de cada empresa e lote de tequila. Assim, a marca, a análise físico-química e o número do lote são os elementos-chave da rastreabilidade da tequila.

4.1.4.2.4 Controle do uso de marcas

O CRT também oferece o serviço de certificação de marcas de tequila e de bebidas contendo tequila, assim como atua na certificação de autenticidade para exportação de tequila. O controle é feito através das alfândegas, escritórios internacionais do CRT, convênios de colaboração e monitoramento permanente.

4.1.4.2.5 Acompanhamento do mercado

O CRT monitora pontos de venda, testa amostras, e acompanha denúncias. Promove a cultura e a qualidade da tequila.

Possui uma área de segurança de produto, responsável pelo recebimento e encaminhamento das denúncias de tequila falsa, adulterada ou sem rótulo, proveniente de consumidores ou público em geral, erros que são encaminhados ao órgão ou autoridade competente.

4.1.4.2.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Não foram encontradas mais informações relacionadas até o momento.

O CRT faz o uso de georreferenciamento para controle de campo.

Divulgam dicas para ajudar o consumidor a reconhecer a autenticidade da tequila, dentre elas as informações que devem estar no rótulo, como por exemplo a identificação do NOM e número do produto autorizado (4 dígitos).

O sítio na Internet do CRT traz as marcas certificadas, assim como dados e estatísticas do setor²⁶. O portal permite ainda que produtores façam de forma online o registro de plantações. Matéria de 2020 menciona o uso do *blockchain* como o próximo passo para a indústria da tequila.

4.1.4.2.7 Outras Considerações

O sistema adotado para a Tequila é similar ao observado para outros produtos com denominação de origem no México, em especial as bebidas e o café. As características e matérias-primas utilizadas para a elaboração do produto e o procedimento para sua fabricação serão sempre os estabelecidos em regulamentos técnicos (NOM), emitidos pela autoridade competente, fazendo indicação detalhada das ligações entre a denominação de origem, produto e território.

O CRT tem também iniciativas promovendo a tequila associada ao turismo: a Rota da Tequila²⁷ e a Certificação Distintivo T, para a qualidade dos serviços oferecidos por hotéis, restaurantes, bares, centros de distribuição e consumo, incluindo um enfoque no desenvolvimento dos recursos humanos. Esta última iniciativa é informada na página na Internet do CRT, mas o link não está ativo.

²⁶ Ver <https://www.crt.org.mx/EstadisticasCRTweb/>

²⁷ Ver <https://www.rutadeltequila.mx/>



Assim como a Tequila, outra experiência do México relacionada a produtos com denominação de origem é o caso do Café Veracruz que também conta com um regulamento técnico (NOM-149-SCFI-2001 - Especificações e métodos de prova). Em 2001, o Café Veracruz passou a contar com um Conselho Regulador, o qual foi acreditado como organismo de certificação de produto, contando inclusive com laboratório de ensaios. No entanto, informações de 2019 indicam que o Conselho Regulador do Café Veracruz se encontrava desativado, sendo de interesse da Federação Agrônômica do Estado de Veracruz se unir para reativá-lo.

Vale mencionar ainda artigo disponível no Portal El Mundo del Café²⁸ que indica a importância da rastreabilidade de produtos e faz críticas ao processo adotado por outras DO de café no país, o que pode ser alvo de investigação na próxima etapa do projeto, visando compreender melhor as dificuldades encontradas.

Figura 3 - Marcas utilizadas no Café Veracruz

4.1.5 As IG em países selecionados – Colômbia

A Colômbia conta com, ao menos, 29 produtos com Denominação de Origem, dentre os quais 12 são produtos de artesanato. Importante destacar que há denominações de origem com âmbito nacional, como no caso do Café de Colômbia e das Flores de Colômbia (cravo, rosa e crisântemo), enquanto há outras de regiões específicas, inclusive 6 cafés com IG regionais.

Na Colômbia, o ordenamento jurídico aplicável às DO corresponde à regulamentação da propriedade industrial contida nas Decisões da Comunidade das Nações Andinas, especialmente na Decisão 486/2000, regulamentada pelo Decreto 2.591/2000 e Resolução 210/2001.

O direito da propriedade industrial protege as diferentes especificidades relacionadas as indicações geográficas (IG), que são divididas em dois tipos: i) indicações de procedência – IP; e, ii) denominações de origem – DO. Observa-se que todo o trabalho desenvolvido na Colômbia tem como enfoque principal as DO.

²⁸ Ver <https://elmundodelcafe.mx/?p=1857>

Como mencionado, cabe ao requerente da IG assegurar o cumprimento dos requisitos legais que existem para a concessão de uma denominação de origem, como da vigilância e controle de eventuais usos desleais que possam ocorrer.

A Superintendência poderá declarar a caducidade da DO, quando:

- Na localização geográfica, os produtos protegidos deixam de ser extraídos, produzidos ou transformados.
- Por falta de controle no uso da DO, os produtos perderam a qualidade.
- Sua vulgarização for permitida, sem impedir o uso de forma genérica ou indevida.

Infelizmente o portal online da SIC não estava acessível durante esta etapa de pesquisa, dificultando a obtenção de mais informações sobre o processo de gestão das IG.

Para ilustrar como é feita a gestão e controle da DO e do Selo, a seguir é apresentada a experiência de uma entidade requerente de IG.

4.1.5.2 Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia - FNC31

4.1.5.2.1 Caracterização/descrição

Tipo: Organização privada. Tem uma estrutura administrativa e é uma federação sindical.

Abrangência: Nacional e internacional

Estrutura de governança/gestão: Conta com comitês em nível municipal, regional e nacional, e 4 gerências que desenvolvem iniciativas, programas e projetos em prol do setor. Administra o Fundo Nacional do Café desde sua criação, e faz parte do Comitê Nacional do Fundo de Estabilização de Preços do Café. A FNC conta ainda com um Tribunal Disciplinar, órgão responsável pela investigação, julgamento e aplicação de sanções disciplinares por faltas cometidas por cafeicultores federados, delegados ao congresso, e membros eletivos dos comitês, como por exemplo violação do estatuto ou infração de regulamentos.

Área de atuação:

A Federação Nacional dos Cafeicultores administra a DO Café de Colômbia (nacional) e outras DO de café regionais. Cabe à organização autorizar o uso legítimo do selo oficial para denominações de origem colombianas, desde que os interessados certifiquem seus produtos.

Além de representar os interesses dos cafeicultores, a FNC oferece garantia de compra aos produtores, promove o consumo de café colombiano, fomenta pesquisa e transfere tecnologia (Centro Nacional de Pesquisas Cafeeiras - Cenicafé), desenvolve extensão rural, gerencia alianças e projetos, e procura garantir a qualidade do café colombiano.

É a encarregada de manter o Cadastro Nacional de Exportadores de Café e estabelecer os requisitos para o registro de torrefadoras, debulhadoras e fábricas de café solúvel na Colômbia.

³¹ Ver <https://federaciondecafeteros.org/>

4.1.5.2.2 Mecanismos de controle

Para uso da DO o interessado deve manifestar interesse para a FNC e realizar o processo de certificação do produto junto à CAFECERT³², organismo de certificação. Envolve envio de documentos, amostras do produto, assim como análise de laboratório das amostras enviadas.

A partir da certificação do produto pela CAFECERT, a Federação Nacional dos Cafeicultores autoriza o uso da marca de DO. É feito o acompanhamento anual.

A CAFECERT tem acreditação da ONAC (Organismo Nacional de Acreditação da Colômbia), e é quem concede as certificações do café colombiano, Denominação de Origem do Café Colombiano (DO), Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Denominação de Origem Regional (DOR) para café, que dão aos consumidores a garantia de que os produtos de café colombianos são genuínos e autênticos.

A CAFECERT possui convênios com laboratórios avaliados e acreditados no país e no exterior, por meio dos quais são realizados testes para confirmar se os cafés analisados atendem às características necessárias para a obtenção do certificado de conformidade do produto.

O detalhamento do processo de certificação³³, as regras do serviço e outros documentos necessários³⁴ são disponibilizados no portal da CAFECERT. No entanto, vale mencionar que todo o processo tem início e fim na Federação Nacional de Cafeicultores, afinal a autorização para uso de qualquer IG deve ser obtida junto à coordenação de Propriedade Intelectual da Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia.

4.1.5.2.3 Controle do uso de marcas



Além do selo de Denominação de Origem, o produto certificado recebe ainda a Marca de Certificação (MC) – Café de Colômbia (ao lado).

O proprietário compromete-se a um controle contínuo de verificação da conformidade com os padrões pré-estabelecidos do produto, a fim de garantir ao mercado a continuidade na qualidade do produto certificado e a manutenção da reputação obtida.

Figura 6 - Marca Café de Colombia (IG ao nível nacional)



Para usar uma MC em um rótulo de produto, os padrões definidos devem ser atendidos. Cabe ao produtor impedir que a marca seja usada em produtos que não atendam a esses requisitos. Ao lado, exemplo do uso em produtos. Nesse caso, com foco na exportação, utiliza ainda o selo que acompanha os produtos com Indicação Geográfica Protegida (IGP) pela União Europeia, em virtude de acordo de reconhecimento com a UE.

Figura 7 - Exemplo de sacaria com selo de IG – Europeia, marca do Café de Colombia e a selo nacional DOP

³² Ver <https://fundacioncafecert.org/>

³³ Disponível em <https://fundacioncafecert.org/mapa-de-procesos/>

³⁴ Disponível em <https://fundacioncafecert.org/zona-documental-y-de-interes/>

Fonte: <https://comprocafedecolombia.com/>

4.1.5.2.4 Acompanhamento do mercado

O Portal Café de Colômbia³⁵, iniciativa vinculado à FNC, traz informações do produto para o mercado e os produtores, dando destaque à IG. Traz a lista de empresas e marcas certificadas/autorizadas. A FNC conta ainda com uma plataforma de vendas de produtos e marcas certificadas e com DO (e-commerce)³⁶.

A certificação CAFECERT inclui, nos seus procedimentos de manutenção da certificação, a realização de avaliações anuais, que incluem a coleta de amostras no mercado, no armazém do operador ou uma combinação de ambos, além de verificar a validade dos certificados existentes junto à FNC.

4.1.5.2.5 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Em 2019, o Governo da Colômbia e a Federação Nacional dos Cafeicultores assinaram uma Agenda Estratégica para o Setor Cafeeiro 2020-2030, e uma das frentes de ação previstas foi promover a adoção de novas tecnologias no setor cafeeiro: aplicativos móveis, inteligência artificial e *blockchain* aplicados ao setor cafeeiro³⁷.

Seguindo nessa direção, em 2020, a Federação Nacional dos Cafeicultores passou a utilizar produto desenvolvido pela plataforma de rastreabilidade *Farmer Connect*³⁸ que usa tecnologia *blockchain* do IBM (*Institute for Business Value*) para rastreamento da cadeia produtiva do café (e do cacau). Envolve georreferenciamento, e uso de *QR Codes* para acessar informação.³⁹

A *Farmer Connect*, uma iniciativa privada, foi desenvolvida em colaboração com entidades presentes na cadeia global de fornecimento, e permite que os consumidores conheçam a origem do café ou do cacau que consomem e sua qualidade. O serviço completo combina solução de rastreabilidade da cadeia de suprimentos (operação) com métricas de sustentabilidade incorporadas (origem) e programas de engajamento do consumidor (promoção). O portal da solução tem versão em português.

Para criar engajamento e confiança do consumidor com os produtos, a *Farmer Connect* apresenta um aplicativo voltado para o consumidor chamado *Thank My Farmer*⁴⁰, que usa tecnologia *blockchain* para conectar o usuário com agricultores, comerciantes, torrefadores e marcas.

O consumidor pode simplesmente ler um código QR na embalagem para aceder à história da origem do produto, saber mais sobre a qualidade, as comunidades de agricultores e conhecer a jornada do produto, desde as áreas de cultivo. O aplicativo também apresenta projetos de sustentabilidade em comunidades cafeeiras e a oportunidade para os consumidores apoiarem esses projetos.

³⁵ Disponível em <https://www.cafedecolombia.com/>

³⁶ Disponível em <https://comprocafedecolombia.com/>

³⁷ Disponível em <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/gobierno-nacional-y-federacion-nacional-de-cafeteros-firman-agenda-2030-para-el-sector-cafetero/>

³⁸ Disponível em <https://www.farmerconnect.com/>

³⁹ Disponível em <https://es.cointelegraph.com/news/thank-my-farmer-application-based-on-blockchain-launched-for-coffee-traceability-in-latin-america>

⁴⁰ Disponível em <https://www.thankmyfarmer.com/>

Não foram encontrados dados relacionados às funcionalidades da plataforma adotadas pela FNC da Colômbia, nem sobre sua gestão, temas estes para aprofundar na próxima etapa do projeto.

4.1.5.3 Artesanías de Colombia⁴¹

4.1.5.3.1 Caracterização/descrição

Tipo: Empresa de economia mista de ordem nacional, vinculada ao Ministério do Comércio, Indústria e Turismo.

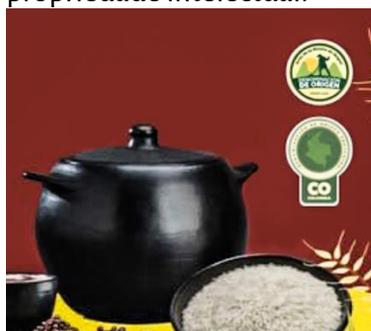
Abrangência: Nacional e internacional.

Estrutura de governança/gestão: é dirigido e administrado pela Assembleia Geral de Acionistas, pelo Conselho de Administração e pelo Gerente Geral, que é seu Representante Legal.

Área de atuação

Criada em 1964, *Artesanías de Colombia* atua para promover o desenvolvimento produtivo, inovador, inclusivo e sustentável do setor artesanal nos níveis local, regional e nacional, bem como a preservação, resgate e apropriação do patrimônio cultural representado nos ofícios e na tradição artesanal.

Tem como uma de suas funções contribuir para a preservação do patrimônio imaterial e a diversidade do setor artesanal através da investigação, gestão do conhecimento e proteção dos direitos de propriedade intelectual.



Artesanías de Colombia já apoiou artesãos de várias regiões do país a apresentarem pedidos de mais de 65 Denominações de Origem, por meio do seu Programa de Propriedade Intelectual ⁴². A última denominação de origem concedida para produtos artesanais foi a “Cerâmica Negra de La Chamba”, que teve a titularidade da DO entregue a *Asociación de Artesanos de La Chamba y Chipuelo*, e contou com o apoio do Governo e do Programa de Propriedade Intelectual do *Artesanías de Colômbia*.

Figura 8 - Cerâmica Negra de La Chamba e as marcas utilizadas

A página na Internet da *Artesanías de Colombia* refere que a iniciativa de implementação dos direitos de propriedade intelectual no artesanato tem 6 componentes⁴³:

- Conscientização e Gestão
- Qualificação e Formação
- Estudo Técnico - Jurídico
- Proteção legal
- Promoção Comercial e Mercado
- Monitoramento e avaliação

⁴¹ Disponível em <https://artesaniadescolombia.com.co/>

⁴² Disponível em: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/C_proyectos/propiedad-intelectual

⁴³ Disponível em: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/About_ITC/Where_are_we_working/Multi-country_programmes/CARIFORUM/CRAFT%20INTELECTUAL%20PROPERTY%20RIGHTS%203.pdf

4.1.5.3.2 Mecanismos de controle e Rastreabilidade

Não foram identificados até o momento quais os mecanismos de controle e rastreabilidade utilizados, seja pelo Estado, seja pelas entidades requerentes das DO de produtos artesanais.

Há uma iniciativa da *Artesanías de Colombia* que ensina a reconhecer, de acordo com suas características, a autenticidade de 9 dos 11 produtos artesanais colombianos, que possuem denominação de origem⁴⁴.

De acordo com informações disponíveis, no caso dos produtos da Tecelagem Zenú, com DO, a SIC ordenou de maneira preventiva a suspensão da produção e comercialização de todos os chapéus que imitem ou se assemelhem ao produto com DO⁴⁵.

4.1.5.3.3 Controle do uso de marcas

Não foram obtidas informações sobre o controle de uso do Selo Colômbia de denominação de origem no artesanato.

Notícia online indica que a SIC autorizou o uso do selo de denominação de origem para os artesãos que expuseram na Expoartesanias⁴⁶, feira de artesanato realizada anualmente. Porém, não foram encontrados detalhes sobre esse processo e mecanismos de controle.

4.1.5.3.4 Acompanhamento do mercado

Em 2018, a *Artesanias de Colombia* realizou o primeiro Mercado de Artesanato de Denominações de Origem na Colômbia, como forma de divulgar os produtos colombianos que têm esse reconhecimento e as vantagens de ter essa proteção junto a SIC.

Em 2020, *Artesanías de Colombia* lançou uma Loja Online⁴⁷, especializada na comercialização do artesanato colombiano com altos padrões de qualidade e *design*. Entretanto, na plataforma não há distinção dos produtos com DO.

4.1.5.3.5 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Recomenda-se, como um ponto a aprofundar, conhecer melhor estas iniciativas, uma vez que não foram encontradas informações sobre os critérios e mecanismos de controle do uso do Selo de Denominação de Origem pelos produtos artesanais do País. Mais detalhes deverão ser obtidos na etapa seguinte deste estudo.

4.1.5.3.6 Outras Considerações

De acordo com estudo publicado em 2018⁴⁸, medir os resultados e o impacto que o uso e/ou suporte do Selo Denominação de Origem teve nos produtos colombianos é impossível, com exceção do Café e Artesanato colombianos, onde o Selo DO permitiu obter um maior reconhecimento e alcance mundial, medido e verificado com números da Federação Nacional de Cafeicultores e *Artesanías de Colombia*.

⁴⁴ Disponível em https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/como-reconocer-la-autenticidad-de-nuestras-artesanias_5483

⁴⁵ Disponível em <https://es.slideshare.net/FelipeArce1/derechos-de-propiedad-intelectual-por-artesanas-de-colombia>

⁴⁶ Disponível em <https://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-autoriza-uso-del-sello-oficial-de-denominacion-de-origen-prottegida-a-artesanos-expositores-en-expoartesan%C3%ADas>

⁴⁷ Disponível em <https://www.artesaniasdecolombiatienda.com.co/>

⁴⁸ Disponível em <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2311/ADM2018-00977.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

As entidades governamentais e os sindicatos responsáveis por acompanhar, controlar e gerir as Denominações de Origem, para avaliar e qualificar a evolução das exportações, não dispõem dos instrumentos necessários para a fiscalização. Desta forma, é possível ver que os desafios são muitos e variados, incluindo criar ou usar novas tecnologias e mecanismos de controle.

4.1.6 As IG em países selecionados – França

4.1.6.1 Entidade reguladora nacional de IG

O Instituto Nacional de Origem e Qualidade (INAO)⁴⁹, instituição administrativa pública, dotada de personalidade civil, sob a supervisão do Ministério da Agricultura e Alimentação, é responsável pela implementação da política francesa relacionada com a qualidade e a origem dos produtos agrícolas e agroalimentares, nomeadamente, Denominação de Origem Controlada - DOC, Denominação de Origem Protegida - DOP, Indicação Geográfica Protegida - IGP, Especialidade Tradicional Garantida - ETG, Label Rouge (Rótulo Vermelho) - LR e Agricultura Orgânica - AO⁵⁰.

A política francesa sobre a qualidade dos produtos agrícolas e agroalimentares implementada pelo INAO baseia-se na estreita colaboração entre profissionais agrupados dentro dos Órgãos de Defesa e Gestão - ODG, órgãos de controle aprovados, serviços estatais e o instituto. Com a sua experiência ao longo de mais de 80 anos, o INAO garante o reconhecimento e proteção de “sinais oficiais de identificação da qualidade e origem” - SIQO de produtos agrícolas, agroalimentícios e florestais.

O INAO é caracterizado por uma dupla governança que envolve o poder público e mais de 200 profissionais dentro de seus órgãos. O Conselho Permanente, órgão gestor da instituição, define as orientações estratégicas e decide sobre o orçamento do Instituto. Os Comitês Nacionais aprovam as especificações e suas alterações. O Conselho de Aprovações e Controles aprova os dispositivos de controle. A atividade do Instituto é estruturada pelas sessões de seus órgãos nacionais que reúnem profissionais investidos em “sinais oficiais de qualidade e origem”, personalidades qualificadas (incluindo consumidores e pesquisadores) e representantes das administrações interessadas. Os presidentes e membros dos órgãos nacionais são nomeados por decreto ministerial por um período de cinco anos.

A candidatura a uma indicação geográfica protegida deve ser submetida aos serviços locais do INAO e encontra-se disponível um Guia⁵¹ que apoia na preparação do dossier de candidatura que deve ser constituído pelos seguintes documentos:

- Carta de transmissão, incluindo, para pedidos de reconhecimento IGP, a posição do requerente em relação à proteção nacional transitória;
- Nota de apresentação e motivação do projeto, incluindo o seu impacto técnico e económico;
- Pedido de reconhecimento como Organização de Defesa e Gestão;
- Projeto de caderno de especificações técnicas (acompanhado, se necessário, de documentos comprovativos relativos a determinados elementos do caderno de encargos: nome a registrar, embalagem, área de proximidade imediata etc.);

⁴⁹ Disponível em [Instituto Nacional de Origem e Qualidade | INAO](#). Acessado em: 2 de Março de 2022.

⁵⁰ Optou-se por usar neste documento as siglas correspondentes em português: DOC no lugar de AOC, DOP no lugar de AOP, ETG no lugar de TSG e AO no lugar de AB, para mais fácil compreensão.

⁵¹ Disponível em [PDO/AOC - PGI - IG \(inao.gouv.fr\)](#). Acessado em: 8 de Março de 2022.

- Documento que permita assegurar a controlabilidade das condições de produção do caderno de encargos. O organismo de inspeção escolhido deve apresentar um plano de inspeção aos serviços do INAO durante o exame do pedido.

As DOP e a IGP constituem patrimônio coletivo e, portanto, não podem ser propriedade de operadores econômicos numa base privada, ao contrário de uma marca, por exemplo. Todo operador localizado na área geográfica e respeitando as condições estabelecidas pelo caderno de especificações técnicas de uma DOP ou de uma IGP podem se beneficiar dele. O pedido de registro é feito por um grupo reconhecido como uma Organização de Defesa e Gestão - ODG, que reúne todos os operadores do setor em causa e é o contacto oficial do INAO.

Uma ODG é criada por iniciativa de um conjunto de produtores e/ou processadores garantindo a mesma produção que une forças dentro de uma estrutura para realizar o processo de reconhecimento de um sinal de qualidade, desde o desenvolvimento das especificações até a proteção e valorização do produto. A ODG é reconhecida em sua qualidade pelo diretor do INAO, após consulta ao competente comitê nacional do INAO. As organizações reconhecidas encontram-se na lista divulgada⁵² na página na Internet do INAO.

As decisões de reconhecimento são acessíveis a partir das duas listas, uma para o setor de vinhos e cidra, e outra para o setor agroalimentar e outros produtos.

O ODG deve elaborar e contribuir para a implementação das especificações do produto (especificidade do produto, área de produção para produtos DOC, DOP e IGP cujas características estão ligadas a uma localização geográfica), as regras de produção, processamento e eventualmente embalagem e rotulagem.

Cada ODG, que representa o coletivo de operadores que apresentaram as especificações propostas, escolhe seu órgão de controle. Este último submete ao INAO para aprovação de um plano de controle ou plano de inspeção, que deve ser aprovado antes da implementação das especificações pelos operadores. O plano incluirá, em particular, os procedimentos para autorizar os operadores (reconhecimento da capacidade do operador de atender aos requisitos de uma especificação), a lista exaustiva de pontos a serem verificados, as frequências e métodos de controle, bem como as penalidades a que o operador está exposto em caso de descumprimento das especificações. O plano também inclui autocontrole (incluindo verificações), realizado pelo operador em sua própria atividade e correspondente a uma abordagem de qualidade "clássica" e controles internos, realizados pelo ODG, para apoiar os operadores em seu processo produtivo, em abordagem pedagógica.

O INAO é também a instituição pública responsável pela fiscalização do sistema de controle, e aprova periodicamente e avalia órgãos que realmente realizam controles oficiais. Para garantir sua competência, bem como a imparcialidade e a independência dos operadores auditados, esses órgãos devem ser acreditados pelo Organismo Nacional de Acreditação francês, o COFRAC, e aprovados pelo INAO. Estes organismos de controle podem ser de dois tipos: Organismos de Certificação, acreditados segundo a norma ISO/IEC 17065, que certificam o cumprimento do conteúdo das especificações e, se for o caso, sancionam sua não conformidade ou Organismos de Inspeção, acreditados de acordo com a norma ISO/IEC 17020, que examinam a conformidade do produto com as disposições das especificações, transmitem os resultados ao INAO, que decide sobre qualquer ação a ser tomada. Os Organismos de Inspeção só podem ser utilizados nos processos de controle de produtos de vinho.

No site do INAO são divulgadas as concessões ou renovações da aprovação dos órgãos de controle relacionados com a identificação da qualidade e origem. Os laboratórios, para realização dos testes

⁵² Disponível em [SEJI-ODG-Tableau-Agro-et-autres-produits.pdf](#). Acedido em: 8 de Março 2022.

analíticos, também são devidamente reconhecidos pelo INAO, disponibilizando a lista atualizada⁵³ no seu site.

Após primeira análise pelo INAO, o processo de candidatura a IG é objeto de consulta pública e, em seguida, é examinado pela Comissão III do INAO, que prossegue, se necessário, à sua validação. Em seguida, são enviados à Comissão Europeia para aprovação. No entanto, a validação pelo Estado Francês autoriza, até o parecer da Comissão Europeia, a utilização do IGP associado à abordagem de qualidade validada pelo INAO.

4.1.6.2 Queijo Gruyère

4.1.6.2.1 Caracterização/descrição

É um queijo cozido prensado feito com leite cru, uma garantia de qualidades nutricionais preciosas. Contém buracos, peculiaridade que vem da temperatura durante a fase de maturação, mais alta para o Queijo Gruyère de França do que para o Queijo Gruyère da Suíça. É costume dizer que Gruyère de França é produzido em Savoie e Franche-Comté, mas na verdade, a produção de leite e Gruyère está concentrada em Doubs, Haute-Saône, Savoie e Haute-Savoie. Apenas cinco raças de vacas podem dar seu leite para Gruyère: Montbéliarde, Simmental, Abondance, Tarentaise e Vosgienne.

A Organização de Defesa e Gestão do Queijo Gruyère de França é o *Sindicato Interprofessionnel du Gruyère - SIG*. O SIG⁵⁴ é uma estrutura coletiva que reúne representantes de todos os intervenientes do setor. É gerido por um Conselho de Administração composto por representantes de todo o setor (produtores de leite, fabricantes e refinadores).

Esta organização garante e defende a origem e a qualidade do Gruyère IGP de França, realizando para isso um acompanhamento técnico junto dos produtores de forma a que a produção seja sempre realizada de acordo com o definido. Contribui de forma ativa na aplicação adequada das especificações e participa da implementação dos controles. Por outro lado, desenvolve o produto e sua notoriedade a nível nacional e internacional, e implementa as decisões do setor. Embora sua fabricação tenha sido modernizada, a produção deste queijo continua inalterada ao longo de quase oito séculos. É um *know-how* artesanal que o Queijo Gruyère de França transforma em aromas de qualidade.

Além disso, o *Sindicato Interprofessionnel du Gruyère*, em colaboração com uma organização técnica, realiza um processo permanente de pesquisa visando melhorar a qualidade e conservação do Gruyère IGP.

4.1.6.2.2 Mecanismos de controle

O controle da qualidade da Gruyère da França, desde a produção de leite até o produto acabado, é resultado de uma abordagem permanente.

O CERTIPAQ, o organismo de certificação utilizado pela IG verifica a origem do leite, o cumprimento das condições de produção pelos produtores e, nas unidades de produção do queijo, controla as diferentes etapas de fabricação, refino e embalagem. O CERTIPAQ organiza, com o SIG, a Comissão de Exame Organoléptico cujo objetivo é assegurar a qualidade do sabor dos Gruyères comercializados.

⁵³ Disponível em [Laboratórios analíticos \(inao.gouv.fr\)](http://laboratorios.analiticos.inao.gouv.fr). Acessado em: 8 de Março 2022.

⁵⁴ Disponível em [Gruyère de France - O setor \(gruyere-france.fr\)](http://gruyere-france.fr). Acessado em: 3 de Março de 2022.

O SIG desenvolveu as Regras que regem o fornecimento de queijo ao abrigo da Indicação Geográfica Protegida Gruyère France (Campanha 2021/2022, 2022/2023, 2023/2024)⁵⁵, com o objetivo de assegurar a gestão apropriada da produção e estabeleceu um mecanismo de regulação da oferta com o objetivo de assegurar a adequação entre o nível de produção e o consumo, essencial para preservar a qualidade dos queijos.

De acordo com o caderno de especificações técnicas⁵⁶, são definidos os pontos de controle ao nível do produtor, produção e do produto final sendo, nos dois primeiros, indicados métodos de avaliação visual e documentais e ao nível do produto um controle visual, organoléptico e analítico.

O mesmo documento indica que os queijos são sujeitos a amostragem periódica quando estão prontos para serem comercializados. São submetidos a um exame analítico e organoléptico, cujo objetivo é assegurar a qualidade e tipicidade do queijo. Queijos não conformes não podem ser comercializados sob o nome “Gruyère”.

4.1.6.2.3 Rastreabilidade

De acordo com o Caderno Específico, cada queijo deve ter uma placa de caseína, de cor amarela, de forma elíptica com um grande diâmetro de 100 mm, um pequeno diâmetro de 55 mm e com as seguintes inscrições em preto: França (8 mm), nome do departamento⁵⁷ (12 mm), número de identificação da unidade de produção (8 mm). Essa placa assegura a identificação da origem do queijo. Esta placa é fixada, durante a fabricação, na base de cada roda e não deve ser alterada de forma alguma. O dia, mês e cuba de fabricação são mostrados ao lado da placa de caseína. As placas só podem ser distribuídas por uma organização aprovada pelos serviços do INAO.

É ainda definido que, antes de sair da zona de maturação, cada roda vendida com a Indicação Geográfica Protegida “Gruyère” deva ser afixada com uma faixa de marcação.



Figura 9 – Faixa de marcação

No que se refere à rotulagem dos queijos que se beneficiam da Indicação Geográfica Protegida “Gruyère”, o caderno de especificações técnicas indica que deve incluir o nome da Indicação Geográfica Protegida inscrito em caracteres de tamanho igual aos dos maiores caracteres que aparecem na etiqueta. É proibida a utilização de qualquer qualificador ou outra menção associada à referida

⁵⁵ Disponível em [RRO Gruyère 201218 \(gruyere-france.fr\)](https://www.gruyere-france.fr). Acessado em: 8 de Março de 2022.

⁵⁶ Disponível em [CDC IGP Gruyère version 061010 \(gruyere-france.fr\)](https://www.gruyere-france.fr). Acessado em: 3 de Março de 2022.

⁵⁷ O Estado francês é dividido geograficamente em departamentos.

indicação geográfica protegida em rotulagem, publicidade, faturas ou papéis comerciais. O logotipo da comunidade “IGP” deve aparecer na rotulagem.

4.1.6.2.4 Controle do uso de marcas

Durante as pesquisas realizadas até ao momento não se obteve informações relevantes no que se refere ao controle do uso de marcas. Será um tema para aprofundar na fase seguinte.

4.1.6.2.5 Acompanhamento do mercado

Nos diferentes locais de venda, o produto é controlado em relação à existência da placa de caseína com a devida identificação do queijo, assim como a existência da faixa de marcação.

Por outro lado, cada empresa é obrigada a devolver mensalmente ao agrupamento informações estatísticas relativas à produção e comercialização de queijo IGP Gruyère.

4.1.6.2.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Durante as pesquisas não foi possível encontrar informação detalhada sobre mecanismos inovadores e tecnologias digitais, no entanto, verificou-se que o *Sindicato Interprofessionnel du Gruyère*, em colaboração com uma organização técnica, realiza um processo permanente de pesquisa visando melhorar a qualidade e conservação do Gruyère IGP⁵⁸.

4.1.7 As IG em países selecionados – Portugal

4.1.7.1 Entidade reguladora nacional de IG

A entidade reguladora de IG em Portugal para produtos alimentares e agrícolas é a Direção Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural - DGADR⁵⁹ do Ministério da Agricultura. Este órgão tem por missão contribuir para a execução das políticas nos domínios da regulação da atividade das explorações agrícolas, dos recursos genéticos agrícolas, da qualificação dos agentes rurais e diversificação económica das zonas rurais, da gestão sustentável do território e do regadio, exercendo funções de autoridade nacional do regadio. Em Portugal, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI tem a missão de assegurar a proteção da Propriedade Industrial - PI mas a entidade reguladora das IG para produtos alimentares e agrícolas é a DGADR. Note-se que esta estrutura está em linha com a prática das IG na União Europeia.

A DGADR disponibiliza no seu site toda a legislação da União Europeia de enquadramento relacionada com Produtos Tradicionais e DOP, IGP e ETG, a legislação nacional referente à Rotulagem de géneros alimentícios com ingredientes DOP ou IGP, assim como os acordos em vigor ao nível internacional, para que possa ser consultado por todos os interessados.

A pedido de registro de uma IGP deve ser dirigido à DGADR, estando disponíveis no seu site os diversos formulários aplicáveis, assim como alguns documentos de apoio ao preenchimento e à explicação de eventuais dúvidas que possam existir. Para apoiar todo o processo existe um procedimento operativo (PO-IG001)⁶⁰, que visa fixar a tramitação processual de um pedido de registro (ou de alteração de um

⁵⁸ Ver [Gruyère de France - O setor \(gruyere-france.fr\)](http://gruyere-france.fr). Acessado em: 8 de Março de 2022.

⁵⁹ Ver <https://www.dgadr.gov.pt/dop-igp-etg>. Acedido em: 7 de Março de 2022.

⁶⁰ Ver https://www.dgadr.gov.pt/images/docs/val/dop_igp_etg/Valor/PO-IG001.pdf. Acedido em: 7 de Março de 2022.

registro existente) de uma denominação de um produto agrícola ou gênero alimentício com Denominação de Origem Protegida, Indicação Geográfica Protegida ou Especialidade Tradicional Garantida tal como previsto no Regulamento UE n.º 1151/2012; ou uma indicação geográfica de uma bebida espirituosa tal como previsto no Regulamento UE 2019/787.

O pedido de registro da denominação de um produto agrícola ou gênero alimentício como DOP, IGP, ETG, divide-se em duas fases: a fase nacional, desde a formalização do pedido até à sua submissão à CE, e a fase de análise e decisão na CE.

O pedido de registro de denominações no âmbito dos regimes de qualidade a que se refere o artigo 48.º do Regulamento UE n.º 1151/2012 só pode ser apresentado por:

- Agrupamentos que trabalhem com os produtos cuja denominação se pretende registrar. No caso de uma denominação relativa a uma DOP ou IGP que designe uma área geográfica transfronteiriça, ou no caso da denominação relativa a uma ETG, o pedido de registro pode ser apresentado conjuntamente por vários agrupamentos de diferentes Estados-Membros ou países terceiros;
- Uma pessoa física ou jurídica pode ser equiparada a um agrupamento sempre que se demonstre que estão reunidas as seguintes condições: i) a pessoa em causa é o único produtor que pretende apresentar um pedido; ou ii) no que respeita às DOP e às IGP, a área geográfica delimitada possui características apreciavelmente diferentes das características das áreas vizinhas, ou iii) as características do produto são diferentes das dos produtos produzidos nas áreas vizinhas.

O pedido deve ser apresentado, preferencialmente por via eletrônica, mediante requerimento dirigido à Direção Regional de Agricultura e Pescas - DRAP⁶¹ da área do seu domicílio. Caso o domicílio do requerente se situe na Região Autónoma dos Açores ou na Região Autónoma da Madeira (ilhas), o requerimento deve ser dirigido aos Serviços Regionais competentes. O requerimento deve ser redigido em língua portuguesa e conter os elementos e documentos elencados no procedimento. A DRAP competente procede à análise documental do pedido verificando a admissibilidade do requerente e a entrega de todos os elementos e documentos previstos neste procedimento.

A DGADR verifica a conformidade do processo com os requisitos da União Europeia e a sua adequabilidade à implementação de um sistema de controle no que diz respeito às obrigações previstas para a verificação da conformidade do produto com as especificações. Caso a DGADR entenda estarem reunidas as condições para ser encetado um procedimento de oposição nacional, prepara o processo de consulta pública nacional. Caso existam oposições ou comentários ao pedido de registro, a DGADR realiza a sua análise após o fim do período de consulta, para avaliar o seu fundamento e transmite o ato de oposição ao agrupamento que apresentou o pedido.

Se, após a avaliação das declarações de oposição admissíveis recebidas, a DGADR considerar que o pedido cumpre com as condições estabelecidas no Regulamento UE n.º 1151/2012 para o registro da denominação são respeitadas, a DGADR pode tomar uma decisão favorável e apresentar à Comissão Europeia um processo de pedido. Deve, nesse caso, informar a Comissão das declarações de oposição admissíveis feitas por pessoas físicas ou jurídicas que tenham comercializado legalmente os produtos em causa, utilizando de forma contínua as denominações em questão, durante pelo menos os cinco anos anteriores à data da publicação do pedido. A DGADR assegura que a sua decisão favorável seja tornada pública e que quaisquer pessoas físicas ou jurídicas com um interesse legítimo tenham oportunidade de interpor recurso.

⁶¹ As DRAP são as representações regionais do Ministério da Agricultura português.

O pedido de registro é submetido a despacho do membro do governo competente para tal. Após recepção de despacho favorável, a DGADR apresenta o processo de pedido de registro à CE nos 10 dias úteis seguintes. A Comissão examina, pelos meios adequados, cada um dos pedidos recebidos, a fim de verificar se o pedido se justifica e satisfaz as condições do respetivo regime conforme disposto no Regulamento UE n.º 1151/2012. Se a CE considerar que as condições de registro estabelecidas no Regulamento UE n.º 1151/2012, se encontram preenchidas, a CE publica, no Jornal Oficial da União Europeia - JOUE, o documento único e a referência de publicação do caderno de especificações no site da DGADR.

No site da DGADR é possível ter acesso à lista de agrupamentos de produtores, aos contatos dos agrupamentos gestores e aos organismos de controle e certificação. Os Organismos de Controle e Certificação, são organismos delegados pela autoridade competente a nível nacional, o Ministério da Agricultura - MA para atuar como Organismo de Certificação para o Regime IG (DOP e IGP), sendo requisito estar acreditado pelo Instituto Português de Acreditação. O IPAC – Instituto Português de Acreditação é o organismo Nacional de Acreditação português. O controle e certificação de produtos é realizado de acordo com a ISO/IEC 17065.

A DGADR tem outro site⁶² que compila toda a informação referente às zonas geográficas, regime de qualidade, onde é possível aceder à lista de todas as IGP do país e para cada uma a informação detalhada⁶³ da sua operação (caraterização da IG, agrupamento de produtores responsável, organismo de controle e certificação, caderno específico, plano de controle, entre outras informações). A partir dessa página na Internet pode-se também aceder aos diferentes agrupamentos de produtores e organismos de controle e certificação das diferentes IG registradas em Portugal, estando disponibilizados os seus contatos diretos. Ainda neste site é possível ter acesso aos produtores/operadores DOP/IP de cada um dos produtos correspondentes⁶⁴.

4.1.7.2 ASSOCIAÇÃO QUALIFICA / OriGIn Portugal

A Associação QUALIFICA / OriGIn Portugal é uma associação de direito privado, sem fins lucrativos, que visa a valorização, qualificação, defesa, promoção e dignificação da identidade dos Produtos Tradicionais Portugueses. A 7 de Junho de 2015, a QUALIFICA constituiu-se como seção portuguesa do Movimento Internacional OriGIn – organização não governamental, criada em 2003, para responder ao fenómeno crescente das usurpações que afetam as Indicações Geográficas (IG ou, em terminologia inglesa, GI, daí a sigla da organização)⁶⁵.

A OriGIn representa hoje mais de 400 Agrupamentos de Produtores de IG, de mais de 40 países.

A constituição da seção portuguesa da OriGIn tem como objetivo estruturar ao máximo os Agrupamentos de Produtores gestores de IG, dando-lhes força e capacidade de luta contra prepotências, fraudes e usurpações bem como defender e promover as IG portuguesas em todo o mundo, nomeadamente através da rede internacional da OriGIn.

⁶² Ver <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/>. Acedido em: 2 de Março de 2022.

⁶³ Ver <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/produtos-por-regime-de-qualidade/igp-indicacao-geografica-prottegida>. Acedido em: 2 de Março de 2022.

⁶⁴ Ver <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/produtores-operadores>. Acedido em: 2 de Março de 2022.

⁶⁵ Ver [Qualifica Portugal | Qualifica Portugal](#). Acedido em: 02 de Março de 2022.

A Associação QUALIFICA disponibiliza informação ao nível técnico, legal e de notícias importantes para todo o funcionamento das IG, quer em Portugal quer ao nível internacional. Através da página da associação é fácil ter acesso às IG no mundo⁶⁶.

4.1.7.3 “Cereja do Fundão”

4.1.7.3.1 Caracterização/descrição

A “Cereja do Fundão”, graças às suas características, goza de grande notoriedade e reputação, assumindo uma importância agrícola, económica e gastronómica que a tornam um dos principais ex-libris da região. A área geográfica de produção da “Cereja do Fundão” é circunscrita à totalidade do concelho do Fundão e às freguesias limítrofes a Sul, Louriçal do Campo e Lardosa (concelho de Castelo Branco), e a Norte às freguesias de Ferro e Peraboa (concelho de Covilhã).

A CerFundão – Embalamento e Comercialização de Cerejas da Cova da Beira, Lda⁶⁷, é uma organização de produtores privada, e é o agrupamento responsável pela IG da Cereja do Fundão, tendo uma abrangência nacional e internacional. Trata-se de uma empresa formada por vários sócios, com um conselho de administração.

A organização CerFundão:

- Presta apoio técnico ao nível da produção aos produtores do agrupamento, apoio em termos de interpretação e cumprimento das normas constantes dos Cadernos de Especificações. Desenvolve atividades de controle para assegurar a conformidade do produto com o Caderno de Especificações.
- Realiza propostas de alteração aos Cadernos de Especificações, sempre que se verifique necessário, seja pela evolução dos conhecimentos tecnológicos, por necessidade de dar resposta a diferentes exigências do mercado, para corrigir erros verificados, ou mesmo para evitar situações de não cumprimento ou por imposição de medidas sanitárias ou fitossanitárias obrigatórias pelas autoridades públicas.
- Realiza atividades de promoção com o objetivo de divulgar as características do produto que lhe conferem um valor agregado.
- Contribui para assegurar que a qualidade, a reputação e a autenticidade dos seus produtos são garantidas no mercado, acompanhando a utilização da denominação no comércio.
- Mantém atualizado o cadastro dos diferentes produtores, das quantidades produzidas e das infrações eventualmente cometidas.
- Recepciona e analisa os pedidos de novos produtores que pretendem fazer parte do agrupamento e utilizar as indicações geográficas e apoia em todo o processo necessário para fazer parte da organização.
- Proceda à contratação do Organismo de Controle, que deve ser um organismo delegado pela autoridade competente ao nível nacional. A organização de produtores deve efetuar as propostas de alteração do plano de controle aprovado.

⁶⁶ Ver [Worldwide gi compilation - oriGIn | Organization for an International Geographical Indications Network \(origin-gi.com\)](#). Acedido em: 04 de Março de 2022.

⁶⁷ Ver <https://www.cerfundao.pt/pt/home>

4.1.7.3.2 Mecanismos de controle

No que se refere aos mecanismos de controle, de forma geral, existe uma verificação visual no local, verificação documental e realização de testes analíticos, com base no que é definido no Plano de Controle.

A verificação documental e visual é efetuada:

- no processo do produtor;
- na produção, em termos da habilitação da parcela de produção - direito de utilização da parcela, impedimento à habilitação da exploração ou parcela, conformidade da localização com a área geográfica, conformidade com a legislação aplicável, permissão de controle/ acesso à exploração;
- na Central Fruteira - controle da habilitação da Central Fruteira com a verificação do licenciamento da unidade de produção, verificação da existência de impedimento à sua habilitação, verificação da conformidade com a legislação, verificação da permissão de controle/ acesso à exploração e verificação da atualização da informação;
- nas Instalações de Conservação/Acondicionamento/Central Fruteira no que se refere ao Produto Final em termos dos registros relacionados com o calibre, consistência, cor e teor de sólidos solúveis.

Ainda em termos do Produto Final é verificada a rotulagem - verificação do cumprimento das normas de comercialização gerais em vigor, verificação da utilização do símbolo definido pela UE, verificação da utilização do sinal do produto, verificação da utilização da expressão "Indicação Geográfica Protegida" ou do acrônimo "IGP" a seguir à denominação registrada.

Em relação aos testes analíticos, são realizados de forma aleatória no produto final, no que se refere ao controle do calibre (medição com recurso a instrumento de medição de calibre, se o controle ocorre próximo do momento da colheita), controle da consistência (medição com recurso a instrumento de medição Durofel, se o controle ocorre próximo do momento da colheita), verificação da cor (medição com recurso a tabela de cores para cereja CITFL, se o controle ocorre próximo do momento da colheita), teor de sólidos solúveis (teste com recurso a refratômetro - em caso de resultado não conforme, controle analítico de confirmação de acordo com o PO-IG nº 002).

A Kiwa Sativa – Unipessoal, Lda. é atualmente o Organismo de Controle e Certificação. O controle e certificação de produtos é realizado de acordo com a ISO/IEC 17065.

4.1.7.3.3 Rastreabilidade

Ao nível da produção é realizada a rastreabilidade, que inclui a verificação do registro da data de colheita e quantidade colhida, verificação se quantidade colhida é compatível com produtividade estimada de acordo com área de produção, verificação da data de plantação, compasso e outros fatores, mediante inspeção visual do pomar, verificação documental e obtenção de declaração do operador ou obtenção de declaração fidedigna de terceira parte.

Na recepção, nas Instalações de Conservação/Acondicionamento/Central Fruteira, é realizada a verificação da rastreabilidade, que inclui verificar se os frutos são provenientes de produtores sob controle e que o produto é corretamente identificado e segregado, verificar data de colheita e recepção, mediante verificação documental e o mesmo método de controle é aplicado para a rastreabilidade quanto à conservação (comprovar segregação, identificação de nº de produtor/lote e variedade).

No que se refere ao produto final, a rastreabilidade é realizada com três ações de controle: i) para a verificação da conformidade entre entradas e saídas é realizado o exercício de balanço de massa; ii) para verificar a segregação entre produto apto e não apto para certificação, o método de controle aplicado é a verificação no local; e iii) para verificar se é assegurada a conformidade com a legislação em termos de rastreabilidade o método é a verificação de registros e documentos relevantes.

4.1.7.3.4 Controle do uso de marcas

Durante as pesquisas realizadas até ao momento não se obteve informações relevantes, no que se refere ao controle do uso de marcas. Será um tema para aprofundar na fase seguinte.

4.1.7.3.5 Acompanhamento do mercado

O controle no mercado é da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica – ASAE, a autoridade portuguesa responsável pelas ações de fiscalização no mercado para a maioria dos produtos e serviços, incluindo a segurança dos alimentos.

A organização de produtores monitora pontos de venda e faz a respetiva denúncia junto da ASAE nos casos de fraude ou uso indevido da IG.

4.1.7.3.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

De acordo com o Presidente da CerFundão, José Castello Branco, a inovação faz parte do código genético da Cerfundão, por isso têm em curso projetos inovadores em todas as áreas de ação: desde a produção frutícola e melhoramento genético das plantas, passando pela pós-colheita, mecanização da central e logística, até ao desenvolvimento de novos produtos e abertura de novos mercados externos⁶⁸.

4.1.7.4 “Maçã de Alcobaça”

4.1.7.4.1 Caracterização/descrição

As maçãs dos grupos Casa Nova, Golden Delicious, Red Delicious, Gala, Fuji, Granny Smith, Jonagold, Reineta e Pink produzidas na área geográfica delimitada, são caracterizadas pela elevada consistência e crocância, pela elevada percentagem em açúcar e por uma acidez também elevada, o que lhes confere um gosto agridoce e aroma intenso. Os elevados teores de acidez total são fundamentais no equilíbrio entre os açúcares e os ácidos, o que confere às maçãs de Alcobaça o aroma e o sabor agridoce específicos que as diferenciam de outras.

A área geográfica delimitada abrange, do ponto de vista administrativo, os concelhos de Alcobaça, Batalha, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Leiria, Lourinhã, Marinha Grande, Nazaré, Óbidos, Peniche, Porto de Mós, Rio Maior e Torres Vedras.

A APMA - Associação de Produtores de Maçã de Alcobaça, organização privada, com abrangência nacional e internacional é o agrupamento responsável pela IGP da Maçã de Alcobaça. Em termos de estrutura é constituída por 14 associados, empresas e organizações de produtores que produzem Maçã de Alcobaça, representando cerca de 85 produtores. A Associação dos Produtores de Maçã de Alcobaça é a entidade gestora da Indicação Geográfica Protegida “Maçã de Alcobaça”.

⁶⁸ Ver [O sabor da cereja e a criação de software - Negócios Iniciativas - Jornal de Negócios \(jornaldenegocios.pt\)](https://jornaldenegocios.pt). 7 de Março de 2022.

A APMA foi a responsável pelo Caderno de Especificações, o qual define os requisitos que têm que ser cumpridos para uma maçã poder ser certificada como sendo Maçã de Alcobaça - IGP.⁶⁹ Estes requisitos estão relacionados com a área de produção, técnicas de produção respeitadoras do ambiente, cumprimento de normas de segurança dos alimentos e outros requisitos de boas práticas agrícolas. Por outro lado, presta acompanhamento ao nível da produção aos produtores do agrupamento, permitindo a estes ter apoio técnico e acesso à legislação em vigor.

A APMA verifica o cumprimento pelas organizações de produtores - OP dos procedimentos para o processamento das maçãs definidos pela associação e que salvaguardam a qualidade dos frutos que serão comercializados com a IGP Maçã de Alcobaça.

A associação é parceira em vários projetos de pesquisa desenvolvimento, melhoria e promoção de produtos de qualidade, permitindo a evolução dos conhecimentos tecnológicos, a procura soluções adequadas à procura do mercado, entre outras.

Por outro lado, estabelece parcerias e protocolos com vários organismos institucionais e operadores económicos, com o objetivo de divulgar junto dos diversos agentes ligados ao setor e público em geral, as várias dimensões da Maçã de Alcobaça.

A APMA regista e controla a base de dados dos produtores da Maçã de Alcobaça. Recepciona e analisa os pedidos de novos produtores que pretendem fazer parte do agrupamento e utilizar as indicações geográficas e apoia em todo o processo para fazer parte da organização. Em termos de entidades associadas, para além de fazer a sua divulgação⁷⁰, atualiza a informação relativa aos procedimentos da IG.

Procede à contratação do Organismo de Controle, que deve ser um organismo delegado pela autoridade competente a nível nacional.

4.1.7.4.2 Mecanismos de controle

Após a colheita, as maçãs produzidas em pomares certificados com a IGP Maçã de Alcobaça são encaminhadas pelos produtores para a sua Organização de Produtores. A Organização de Produtores associadas na APMA são obrigadas a cumprir os procedimentos de processamento das maçãs. Na Organização de Produtores, resumidamente, as operações diretamente ligadas à maçã são:

- Recepção – as maçãs de cada produtor são pesadas por variedade e encaminhadas para uma linha de normalização;
- Normalização – as maçãs são submetidas a um processo de calibragem e de classificação por categorias de acordo com tabelas de normalização aprovadas pela UE;
- Acondicionamento – as maçãs normalizadas são encaminhadas para câmaras de conservação específicas para colocação nos mercados para venda;
- Embalagem e controle da qualidade – as maçãs são retiradas das câmaras de acondicionamento e são submetidas a segundo processo de normalização e de controle da qualidade antes de serem embaladas;
- Expedição – as maçãs embaladas, normalizadas e controladas são expedidas para os mercados ou para consumidores finais em viaturas tecnologicamente preparadas para o seu transporte.

⁶⁹ Ver [Clube da Maçã de Alcobaça > APMA \(#net 4.0.0\) \(maca.pt\)](#). Acesso em: 7 de março de 2022.

⁷⁰ Ver [Clube da Maçã de Alcobaça > Associados \(#net 4.0.0\) \(maca.pt\)](#). Acesso em: 7 de março de 2022.

No que se refere aos métodos de controle nas diferentes fases de produção, são realizadas verificações documentais e visuais e testes analíticos.

A verificação documental e visual é utilizada no processo do produtor, na produção para a habilitação da exploração, na Central Fruteira, neste caso tanto em termos gerais, quanto no que se refere à recepção e à conservação da fruta, que abrange a validação dos registros relacionados com os parâmetros químicos, a classificação da maçã inteira com casca, classificação da Maçã de Alcobaça, seu processamento (lavagem, descasque e/ou corte) e embalagem. Por fim, a nível da rotulagem é verificada (utilização da menção “Maçã de Alcobaça – IGP” ou Indicação Geográfica Protegida e do logotipo da “Maçã de Alcobaça”).

A realização de testes analíticos é realizada de forma aleatória no produto final, em termos dos parâmetros químicos, sólidos solúveis [10,2g/100g - 15,3g/100g], sendo analisados os testes realizados pelo produtor e realizadas coletas de amostras de acordo com o PO-IG nº2.

A CODIMACO – Certificação e Qualidade, Lda. é atualmente o Organismo de Controle e Certificação. O controle e certificação de produtos é realizado de acordo com a ISO/IEC 17065.

Para identificação dos produtos também foram criadas etiquetas, que são colocadas nas embalagens e permitem ao consumidor saber que compra uma das variedades da Maçã de Alcobaça.



Figura 10 – Identificação da Maçã de Alcobaça

4.1.7.4.3 Rastreabilidade

Há um sistema de rastreabilidade que permite verificar todo o circuito de produtos, desde o pomar, passando pela central fruteira, até à loja, supermercado ou a casa do consumidor.

De acordo com o Plano de Controle, a rastreabilidade é realizada desde produção (dados da colheita), verificação do registro de campo, cálculo da produtividade efetiva ou esperada.

Na Central Fruteira, desde a recepção, por meio de verificação documental, verificação do registro de entrada e verificação do produto que se encontra a ser recepcionada quanto à segregação, identificação de nº de produtor/lote e variedade.

Na conservação (segregação, identificação de nº de produtor/lote e variedade, Intensidade da coloração vermelha nos grupos de frutos vermelhos e bicolores, Epiderme com lentículas ou lenticelas bem marcadas e abertas, Presença de carepa fechada na fossa ou cavidade peduncular) Neste caso, para

além de inspeções visuais e análises documentais, incluindo a verificação dos relatórios de ensaios realizados por especialistas nas Estações Fruteiras.

Na expedição, com a verificação no local, a realização de exercício de balanço de massas e a verificação de registros e documentos relevantes.

O controle no mercado é da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica.

A APMA recorre a meios de divulgação para informar o consumidor final sobre o que é e onde pode adquirir a Maçã de Alcobaça ou os produtos, tendo na sua página um local para consultar onde podem ser encontrados os produtos da Maçã de Alcobaça.

4.1.7.4.4 Controle do uso de marcas

Existe uma marca coletiva⁷¹ criada, por um lado, para salvaguardar a imagem das maçãs desta região e, por outro, para melhorar a sua competitividade comercial.

Por outro lado, a colocação da marca de certificação na embalagem é a garantia que o consumidor tem para identificar, no ponto de venda, que se trata de Maçã de Alcobaça certificada. Para uma fácil identificação o selo azul com a designação de “Maçã de Alcobaça” individualiza a maçã.



Figura 11 – Marca coletiva da Maçã de Alcobaça.

A marca é colocada quer na fruta, quer nas diferentes embalagens, permitindo assim uma fácil identificação do produto.



Figura 12 – Identificação da Maçã de Alcobaça

⁷¹ Ver [Clube da Maçã de Alcobaça > Comercialização \(#net 4.0.0\) \(maca.pt\)](https://www.maca.pt/). Acesso em: 7 de março de 2022.

4.1.7.4.5 Acompanhamento do mercado

O controle no mercado é da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica. A organização de produtores monitora pontos de venda e faz a respetiva denúncia junto da ASAE nos casos de fraude ou uso indevido da IG.

4.1.7.4.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Nas pesquisas realizadas nesta fase, não foi possível encontrar informação disponível para consulta. Apenas se verificou que a entidade gestora está envolvida em diversos projetos de desenvolvimento e pesquisa, onde potencialmente podem estar a analisar novas tecnologias que os permitam diferenciar dos restantes produtos.

4.1.7.5 “Citrino do Algarve”

4.1.7.5.1 Caracterização/descrição

Os Citrinos do Algarve IGP caracterizam-se pela sua casca fina, intensamente colorida e brilhante. Têm um elevado teor de sumo, com um equilíbrio perfeito entre acidez e açúcares, que os distingue das outras regiões citrícolas mundiais. As características climáticas regionais proporcionam dois picos de produção em dezembro/janeiro e em junho/julho. A área de produção dos Citrinos do Algarve IGP está circunscrita aos concelhos de Albufeira, Castro Marim, Farim, Faro, Lagoa, Lagos, Monchique, Olhão, Portimão, S. Brás de Alportel, Silves, Vila Real de Santo António, Loulé (excetuando a freguesia de Ameixial) e Tavira (excetuando a freguesia de Cachopo). São os frutos provenientes das espécies *Citrus sinensis* (laranjas), *Citrus reticulata*, *Citrus Unshiu*, *C. deliciosa*, *C. mobilis* (pequenos citrinos), *Citrus paradisi* (toranjas), *Citrus limon* (limões), *Citrus limetta*, *Citrus limettioides* (limas).

A UNIPROFRUTAL - União dos Produtores Horto-frutícolas do Algarve, organização privada, com abrangência nacional e internacional é o agrupamento responsável pela IGP dos Citrinos do Algarve.

A organização presta apoio técnico aos produtores do agrupamento, para a interpretação e cumprimento das normas constantes dos Cadernos de Especificações. Desenvolve atividades de controle para garantir a conformidade do produto com o caderno de especificações.

Realiza atividades de promoção com o objetivo de divulgar as características do produto que lhe conferem valor agregado. Ao mesmo tempo contribui para assegurar que a qualidade, a reputação e a autenticidade dos seus produtos são asseguradas no mercado, acompanhando a utilização da denominação no comércio.

Mantém atualizado o cadastro dos diferentes produtores, das quantidades produzidas e das infrações eventualmente cometidas.

Procede à contratação do Organismo de Controle, que deve ser um organismo delegado pela autoridade competente a nível nacional.

4.1.7.5.2 Mecanismos de controle

Em termos de mecanismo de controle, de forma geral, existe uma avaliação visual, verificação documental e no local e realização de testes analíticos, com base no definido no Plano de Controle, como se descreve de seguida:

- No processo do produtor é feita verificação documental em termos do caderno de especificações técnicas, ao nível da produção em termos da habilitação da parcela de produção, conformidade com as regras de produção;
- Na Central, verifica-se o licenciamento da unidade de transformação; identificam-se as operações levadas a cabo na unidade; verifica-se a conformidade com a área geográfica; verifica-se a conformidade com a legislação, permissão de controle/acesso aos locais de armazenamento e/ou preparação; por meio de verificação documental, avaliação visual e obtenção de declaração do operador ou obtenção de declaração fidedigna de terceira parte.
- nas Instalações de Conservação/Acondicionamento/Central, são efetuados controles na recepção (verificação documental e/ou avaliação visual), na comercialização (segregação, identificação de n.º de produto/ lote e variedades), verificação da rotulagem e rastreabilidade (conformidade entre entradas e saídas, segregação entre produto apto e não apto para certificação e a conformidade com a legislação).

Em relação aos testes analíticos, são realizados de forma aleatória no produto final, apenas em relação ao produto final, na rastreabilidade e com recurso ao teste de exercício de balança de massa.

A Kiwa Sativa – Unipessoal, Lda. é atualmente o Organismo de Controle e Certificação. O controle e certificação de produtos é realizado de acordo com a ISO/IEC 17065⁷².

4.1.7.5.3 Rastreabilidade

De acordo com o Plano de Controle, a rastreabilidade é avaliada na produção, nas Instalações de Conservação/Acondicionamento/Central, na comercialização e no produto final com verificação de registos e documentos relevantes e verificação local.

O caderno de especificações técnicas ⁷³ indica que qualquer dos produto com a indicação geográfica deve apresentar-se no comércio pré-embalado em embalagens de origem e rotulado de acordo com a legislação em vigor. Sem prejuízo do disposto na legislação geral aplicável, dela devem constar, ainda a indicação do calibre, categoria e variedade, bem como as menções “Citrinos do Algarve- Indicação Geográfica”, para além da marca de certificação aposta pelo respetivo Organismo Privado de Controle e Certificação. Dos lotes só podem parte dos citrinos da mesma variedade. As recomendações referidas anteriormente não foram possíveis validar com a informação disponível nos diversos sites.

O controle no mercado é da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica.

4.1.7.5.4 Controle do uso de marcas

Nas pesquisas desenvolvidas não foi possível encontrar qualquer informação sobre o controle de marcas, nem procedimento a aplicar. No entanto, foi possível verificar que um dos produtores que está identificado como produtor de Citrinos do Algarve IGP⁷⁴, tem duas marcas próprias, que comercializa com embalagens que através das imagens disponibilizadas no seu site, não tem qualquer referência à Indicação Geográfica Protegida.

⁷² Ver <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/frutos-frescos/688-citrinos-do-algarve-igp>. Acedido em 8 de Março de 2022.

⁷³ Ver <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/details/EUGI0000013106>. 9 de Março.

⁷⁴ Ver <https://www.frusoal.pt/produtos/>. 9 de Março.



Figura 13 – Embalagens de produtor de Citrinos do Algarve IGP

4.1.7.5.5 Acompanhamento do mercado

O controle no mercado é da responsabilidade da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica. A organização de produtores monitora pontos de venda e faz a respetiva denúncia junto da ASAE nos casos de fraude ou uso indevido da IG.

4.1.7.5.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

Nas pesquisas realizadas nesta fase não foi possível encontrar informação disponível, apenas se verificou que a entidade gestora está envolvida em diversos projetos de desenvolvimento e pesquisa, onde potencialmente podem estar a analisar novas tecnologias que os permitam diferenciar dos restantes produtos.

Salienta-se que a UNIPROFRUTAL é o agrupamento responsável pela IGP dos Citrinos do Algarve.

4.1.8 As IG em países selecionados – Tailândia

4.1.8.1 Entidade reguladora nacional de IG

A Tailândia começou a desenvolver o Sistema de IG em 2003, através da Lei de Proteção das Indicações Geográficas⁷⁵. A lei tem como principais objetivos: evitar que o consumidor seja enganado no que respeita à origem geográfica dos produtos e estabelecer e desenvolver o sistema de controle.

Este sistema teria um orçamento específico para realizar um controle externo efetuado por organismos de certificação acreditados (ISO/IEC 17605), controles internos, apoiar as comunidades a desenvolverem sistemas de controle internos, desenvolver o sistema oficial de controle, com base em autoridades públicas – Protocolo entre o Departamento da Propriedade Intelectual, o Instituto Tailandês para a Normalização e o Gabinete Tailandês para a normalização dos produtos agrícolas e alimentos e definir

⁷⁵ Ver <https://wipolex.wipo.int/en/text/185549>. 7 de março de 2022.

as regras que permitam aumentar o número de Organismos de Controle (Controle Externo) que podem efetuar o controle das IG na Tailândia.

Em junho de 2019, o Departamento da Propriedade Intelectual publicou o livro “Indicação Geográfica Tailandesa (IG)”, que identifica e descreve as 111 IG existentes à data⁷⁶.

A entidade Reguladora Nacional é o Departamento da Propriedade Intelectual⁷⁷, que define o que é necessário para ser apresentado numa candidatura a IG, descrevendo as condições, os documentos necessários e as leis que devem ser consultadas⁷⁸. Para análise das candidaturas haverá um comitê, composto pelo Secretário Permanente do Comércio como Presidente do Conselho, Secretário Permanente da Agricultura e Cooperativas, Secretário-Geral do Departamento Jurídico Conselho, Procurador-Geral, representante da Ordem dos Advogados e não mais de catorze pessoas qualificadas na área do direito, ciência política, ciência, agricultura, economia, artes liberais, história, geografia ou arqueologia que são nomeados pelo Gabinete, com pelo menos seis dos quais nomeados entre os do setor privado e compostos por pessoas qualificadas da organização ou órgão relacionado à defesa do consumidor, como Conselheiros.

O Diretor-Geral do Departamento de Propriedade Intelectual será o Conselho Membro e Secretário. O Conselho pode nomear qualquer pessoa para ser o Secretário Adjunto.

O Governo Tailandês aprovou a criação de uma marca para as IG Tailandesas, que representa a evidência que o Departamento de Propriedade Intelectual deu ao produtor o registro da IG e certifica que o produto é originário da indicação geográfica registrada, devendo o produtor cumprir o manual de controle e o plano de controle. O símbolo da IG Tailandesa pode ser usado pelos produtores dos produtos que beneficiam da IG e pelos comerciantes que transacionam tais produtos⁷⁹.



Figura 14 – Logotipo da IG Tailandesa

Em termos de procedimento para obter autorização para usar o Selo Thai da IG, o Departamento de Propriedade Intelectual identifica os seguintes pontos:

- Ser um produtor de IG ou um grupo de produtores de IG;
- Ter conhecimento do Manual para Produtores e do Plano de Controle;
- Preparar o documento informando quais as partes interessadas que desejam usar a marca das IG;
- Existência de um Comitê das IG ao Nível Provincial para realizar a Validação Interna, ou contratar o Organismo de Controle para realizar a Validação do Controle Externo;

⁷⁶ Ver https://www.origin-gi.com/wp-content/uploads/2022/01/gi_book_111_thailand.pdf. 7 de março de 2022.

⁷⁷ Ver <http://www.ipthailand.go.th/en/gi-001.html>. 7 de março de 2022.

⁷⁸ Ver <http://www.ipthailand.go.th/en/gi-003.html>. 7 de março de 2022.

⁷⁹ Ver Estudo sobre a viabilidade de utilização de um símbolo (selo) único para IGs brasileiras, Diálogos União Europeia-Brasil, 2018. 7 de março de 2022.

- Preparar o documento informando quais as partes interessadas que obtiveram parecer favorável do sistema de controle e validação;
- Enviar a validação ao Departamento de Propriedade Intelectual - DIP;
- O DIP revê os critérios de validação e autorização do uso da marca Tailandesa das IG;
- O DIP envia o certificado de autorização do uso da marca Tailandesa das IG para as partes interessadas (com validade de 2 anos).

A preparação das candidaturas pode ter ajuda em termos de consultoria de empresas privadas especializadas para o efeito⁸⁰.

4.1.8.2 Pa Mai Yok Dok Lamphun (Seda Tailandesa de brocado Lamphun)

4.1.8.2.1 Caracterização/descrição

A seda tailandesa de brocado de Lamphun refere-se ao tecido de seda tecido em motivos de baixo relevo, criado usando um liço para levantar e abaixar os fios de urdidura selecionados para obter um motivo. Fios de seda torcidos são usados como urdidura e trama, e fios de seda suplementares são adicionados para criar desenhos. A área de produção de seda tailandesa de brocado de Lamphun está localizada em Província de Lamphun, que está situada no norte da Tailândia.

A Pa Mai Yok Dok Lamphun IG foi registrada em 14 de março de 2007⁸¹, sendo a entidade gestora a Organização Administrativa Provincial de Lamphun. A Organização Administrativa Provincial de Lamphun⁸² é uma das províncias do país, sendo administrada por um governador.

A entidade gestora criou um site para a Pa Mai Yok Dok Lamphun IG⁸³, onde é possível consultar informação detalhada sobre as características da IG, a história associada a este produto e, por outro lado, descreve o que é uma IG, assim como os benefícios que estas trazem. Para além de promover a IG, a entidade gestora realiza também investimentos em pesquisa e na realização de estudos, permitindo-lhe ter informações para definir melhorias na produção, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento da marca no mercado, entre outros.

A entidade gestora promove a existência de canais de distribuição e venda. Fora da província e no estrangeiro, os preços dos produtos são fixados de acordo com as normas da organização.

4.1.8.2.2 Mecanismos de controle

A lei referente às IG define a necessidade de realização de controlos externos por organismos de certificação acreditadas segundo a norma ISO/IEC 17605, controlos internos, assim como a existência de um Manual para Produtores e um Plano de Controle.

Com as pesquisas realizadas até ao momento não foi possível encontrar mais informações, será um tema a aprofundar na fase seguinte.

⁸⁰ Ver <https://www.thaiip.com/practices/geographical-indications>. 7 de março de 2022.

⁸¹ Ver <http://asean-gidatabase.org/gidatabase/sites/default/files/gidocs/THGI0000050100032-en.pdf>. Acessado em: 7 de Março de 2022.

⁸² Ver <http://www.lamphunpao.go.th/>. Acessado em: 7 de Março de 2022.

⁸³ Ver http://gisilkamphun.go.th/src/web/Default_EN.aspx: Acessado em: 8 de Março de 2022.

4.1.8.2.3 Rastreabilidade

Através do site já referido é possível consultar as lojas que são autorizadas a vender este produto, assim como as lojas que estão em processo de autorização⁸⁴. É possível ainda consultar a lista⁸⁵ dos produtores registrados como IG bem como os respectivos dados de cada um, englobando uma breve descrição, a localização, os contatos, entre outros. Neste site é possível encontrar um campo denominado “Seguir e rastrear” onde se deve colocar o número da IG, dando acesso a outras páginas de informação. Associado a este campo é visível uma zona de *login* que possivelmente será para acesso aos associados.

4.1.8.2.4 Controle do uso de marcas

A atribuição da marca é realizada de forma bastante controlada, o que permite posteriormente identificar qualquer tipo de tentativa de uso indevido da marca por produtores ou vendedores não registrados na IG.

Com as pesquisas realizadas até ao momento não foi possível encontrar mais informações, será um tema a aprofundar na fase seguinte.

4.1.8.2.5 Acompanhamento do mercado

Verificou-se que foi criado um sistema de *QR Code* que permite disponibilizar ao consumidor informação detalhada sobre o produto e criar uma ligação de confiança, promovendo e divulgando a qualidade e controle existente em todo o processo da IG.

Com as pesquisas realizadas até ao momento não foi possível encontrar mais informações, será um tema a aprofundar na fase seguinte.

4.1.8.2.6 Mecanismos inovadores e tecnologias digitais

A entidade gestora, com o apoio do Group Benchmark, introduziu uma tecnologia de sistema de QR Code⁸⁶, que permite que os consumidores ao digitalizarem este código, tenham acesso às informações de origem do produto. O acesso à origem de cada peça, reforça a satisfação dos consumidores, reconhecendo a qualidade do produto.

⁸⁴ Ver http://gisilklamphun.go.th/src/web/SilkShopList_EN.aspx. Acessado em: 8 de Março de 2022.

⁸⁵ Ver http://gisilklamphun.go.th/src/web/ProductGIAll_EN.aspx. Acessado em: 8 de Março de 2022.

⁸⁶ Ver https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/admin/files/paper/571632003/054%20%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%20%20%E0%B9%84%E0%B8%8A%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B2%20571632003.pdf. Acessado em: 8 de Março de 2022.



Figura 15 – QR Code da Pa Mai Yok Dok Lamphun IG

4.1.9 As IG em países selecionados - Brasil

4.1.9.1 Indicação Geográfica da Canastra

4.1.9.1.1 A região da Serra da Canastra

A região da Serra da Canastra tem mais de 200 mil hectares e abrange 6 municípios: São Roque de Minas, Vargem Bonita, Delfinópolis, Sacramento, São João Batista do Glória e Capitólio.

A maior atração é o Parque Nacional da Serra da Canastra, criado em 1972 através do decreto 70.355 que detém uma área de 71.525 ha e é administrado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio).

A Serra da Canastra tem o formato de um baú, daí a origem do nome, pois canastra é um tipo de baú antigo. A cachoeira Casca d'Anta com aproximadamente 186 metros de altura é um dos principais atrativos do Parque, saindo de um corte natural da Serra de aproximadamente 144 metros, ou seja, a altura da Serra chega a 330 metros. Dentro do parque está localizada a nascente histórica do rio São Francisco, no município de São Roque de Minas.

O Parque protege um cenário de rara beleza, sua vegetação de transição entre a "borda da Mata Atlântica" e o "início do Cerrado", com predominância de Campos de Altitude que abrigam inúmeras espécies da fauna e da flora do cerrado, como o lobo guará, o tamanduá-bandeira, o veado-campeiro, diversos gaviões e espécies ameaçadas de extinção como o pato mergulhão e o tatu-canastra.

A água é o fator preponderante no parque, cujas nascentes, que chegam a centenas, surgem em função da umidade que a rocha fria absorve do ar, principalmente no período da noite.

4.1.9.1.2 A região de produção do Queijo da Serra da Canastra

Localizada no oeste de Minas Gerais, a Região do Queijo da Canastra está a aproximadamente 320km de Belo Horizonte, 520 km de São Paulo e 618 km do Rio de Janeiro e é delimitada por sete municípios produtores do legítimo Queijo Minas Artesanal da Serra da Canastra: Piumhi, Bambuí, Delfinópolis,

Vargem Bonita, Tapiraí, Medeiros e São Roque de Minas, todos localizados no estado de Minas Gerais. A população somada desses municípios é de cerca de 76 mil habitantes.

O clima é classificado como tropical de altitude, típico do cerrado, com temperatura média anual em torno de 22,2 C° e com chuvas distribuídas entre os meses de outubro a março. Tem o inverno seco e o verão úmido. A altitude varia de 637 a 1.485 m, tendo um relevo com cerca de 25% de área plana, 40 % de área ondulada e 35 % de área montanhosa.

As condições físico-ambientais encontradas na região são favoráveis à produção de queijo, devido a um ambiente propício ao desenvolvimento de bactérias típicas que dão o sabor característico do queijo da Canastra.

4.1.9.1.3 A Indicação de Procedência da Canastra

Segundo a Associação dos Produtores do Queijo Canastra – APROCAN a marca “Região do Queijo da Canastra” foi criada para ajudar a proteger a origem do queijo e tudo o que ele representa: a cultura, história e tradição.

Esta associação é a Entidade Representativa da Indicação de Procedência do Queijo da Canastra, a qual foi concedida pelo INPI sob o número de registro IG201002, publicada na Revista da Propriedade Industrial Nº 2149 de 13 de março de 2012.

Segundo o registro no INPI, o queijo artesanal da Canastra apresenta as seguintes características: o odor da casca suave com toques que lembram cheiro da gordura do leite. A massa amarelada homogênea e sua textura possui poucas e pequenas olhaduras mecânicas ou de fermentação, bem distribuídas, com um ligeiro odor de manteiga ou da gordura do leite. Possui casca lisa amarelada, com tonalidade mais forte em suas bordas, tende a escurecer com a maturação, apresentando mofo branco ou verde. O sabor suave, levemente picante, ligeiramente ácido e agradável.

O formato do queijo da Canastra é cilíndrico, ligeiramente abaulado nas laterais, com 15 a 17 cm de diâmetros e 4 a 6 cm de altura e são ingredientes obrigatórios: Leite de vaca cru integral, cultura láctea natural (pingo), coalho e sal.

Atualmente, são 35 os produtores que detêm o direito de uso da Indicação de Procedência, a saber:

Produtores aprovados com a Indicação de Procedência do Queijo da Canastra

001 – João Carlos Leite	019 – Arnaldo Adams Ribeiro Pinto
002 – Luciano Carvalho Machado	021 – Carlos Augusto Vidote Matos
003 – José Baltazar da Silva	022 – Ezequiel Antônio de Faria
004 – Guilherme Ferreira	023 – Adriano José Ribeiro
005 – Thiago Vilela Tristão	024 – Maria Lucilha de Faria
006 – Valter Caetano Leite	025 – Ivair José de Oliveira
007 – Miguel Marcélio de Faria	026 – Vivaldo da Silva Pereira
008 – João Teixeira	027 – Guilherme Henrique Silva
009 – Onésio Leite da Silva	028 – Claudiano Ribeiro de Lima
010 – Francielle Cristina Leite	029 – Humberto Gontijo de Oliveira
011 – Cláudio Roberto dos Santos	030 – Creuse Soares Ferreira
012 – Reinaldo Faria da Costa	031 – Marcos da Cunha Lana
013 – Lionisesar Reis de Faria	032 – Rafael Soares de Faria Júnior
014 – Rogério Júlio Soares Ferreira	033 – Mauro José Ferreira
015 – João Bosco Martins	034 – Weber Leite Cruvinel Júnior
016 – Allan Diego da Silva	035 – Edmar Torres
017 – Carlos Henrique Soares	036 – Danilo Silvestre

Fonte: <https://queijodacanastra.com.br> , acessada em 05/03/22

4.1.9.1.4 Sistema de controle da Indicação de Procedência do Queijo da Canastra

No que diz respeito aos requisitos técnicos para a produção do Queijo da Canastra o Caderno de Especificações Técnicas descreve aqueles aplicáveis:

- a matérias-primas utilizadas para fabricação do queijo;
- ao rebanho utilizado, incluindo a sanidade, o sistema de criação, práticas de manejo e a alimentação;
- ao produto, incluindo as denominações utilizadas, as características externas, da massa, organolépticas e físico-químicas do produto, as características microbiológicas do produto e o seu processo de fabricação;
- as normas de rotulagem, armazenamento, transporte e comercialização.

Já sobre o Sistema de controle o que se prevê são dois tipos de controle: os oficiais e os internos (autocontrole):

- Controles oficiais: serão seguidos os parâmetros estabelecidos pela legislação vigente, sendo a coleta realizada obrigatoriamente por técnico credenciado pela inspeção;
- Controles internos/autocontroles: realizados pela APROCAN com amostras coletadas obrigatoriamente por responsável técnico credenciado pela associação.

Conforme explicitado os denominados controles oficiais são o atendimento ao controle exigido pela própria legislação aplicável.

Os controles internos ou de autocontrole seguem a realização por parte da APROCAN de visitas técnicas, realizadas por profissional credenciado pela associação, sendo uma visita inicial de credenciamento e 3 visitas de monitoramento a cada ano. Além disto, há a coleta de amostra do produto para análises anuais de laboratório para avaliar a qualidade, as condições físico-química e microbiológica do produto.

E por fim, ainda existe a avaliação gustativa da qualidade do produto, realizada anualmente pelo Conselho Regulador.

Segundo o Caderno de Especificações Técnicas os técnicos que realizam as visitas técnicas à produção e coletam amostras precisam ser credenciados e os laboratórios utilizados para as análises dos produtos precisam ser conveniados a associação.

Há também a previsão de controle sobre os volumes produzidos onde os produtos precisam apresentar mensalmente informações sobre o controle do volume produzido; do volume comercializado e do volume descartado.

Os produtos comercializados devem usar a etiqueta que identifica o produto com produzido dentro da área delimitada pela Indicação de Procedência Canastra, garantido assim a origem do produto.

Para receber o selo, o queijo tem que obedecer ao modo de produção indicado pelo regulamento de uso. Além disso, o produtor deve estar regularizado pelos órgãos de inspeção.

Ao identificar o queijo, o selo da IP dificulta que produtores de outras regiões utilizem o nome Canastra indevidamente.

Para o consumidor, ele é a segurança de um queijo com origem, o que pode ajudar os produtores a abrirem novos mercados e garantir uma melhor remuneração. Isso ajuda a manter as famílias no campo, protegendo uma tradição secular.



Figura 16 - Selo da IG do Queijo da Canastra

Atualmente a etiqueta utilizada é produzida de caseína, desenvolvida pelos holandeses, em 1919, atendendo a uma exigência do governo daquele país para o desenvolvimento de uma ferramenta que permitisse a “implantação” de uma marca nacional nos queijos produzidos para fins de exportação.

A caseína é uma proteína láctea do próprio leite, que pôde ser separada e solidificada de forma a ser moldada na forma de uma etiqueta. Por se tratar de uma proteína láctea natural, a mesma adere ao queijo sem interferir no seu sabor e no seu odor. Como componentes complementares, ela pode ter a adição de glicerol, visando facilitar sua aplicação, além de corantes naturais para a impressão de uma determinada marca na etiqueta.



Figura 17 - Exemplo de promoção do Queijo da Canastra, com a etiqueta de caseína

Fonte: <https://queijodacanastra.com.br>

Segundo o regulamento do Conselho Regular atual, a gestão de todo o processo de controle é realizada em última instância pelo Conselho Regulador, formado por membros indicados pela assembleia geral da associação, o qual tem a seguinte composição:

- Um representante e suplente dos produtores, por município incluído na zona de produção;
- Um representante e suplente indicado pela Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de Minas Gerais;
- Um representante e suplente indicado pelo MAPA;
- Um representante e suplente indicado pelo INPI;
- Um representante e suplente do poder público municipal, do Município sede da Associação;
- Um representante de entidade de defesa dos consumidores;
- Um representante de entidade ligada ao setor atacadista ou de distribuição ao consumidor.

O Conselho Regulador e de Controle é presidido pelo presidente da APROCAN.

4.1.9.2 Indicação Geográfica de São Matheus

4.1.9.2.1 A região de São Matheus do Sul

São Mateus do Sul tem uma área de 1.342,633 km², tendo sua população estimada em mais de 40 mil habitantes. Estima-se que a maioria, cerca de 58% vivem na sede urbana e 42% na área rural, distribuídos em cerca de 5 mil pequenas propriedades.

São Mateus do Sul faz limites com as cidades de Antonio Olinto, São João do Triunfo, Mallet, Paulo Frontin, Rebouçase Rio Azul, no estado do Paraná; e com Canoinhas e Três Barras, no estado de Santa Catarina.

Situado ao sul do estado do Paraná, distante 140 quilômetros da capital Curitiba, o município de São Mateus do Sul destaca-se na área industrial, pela usina de xisto da Petrobrás, uma inesgotável fonte de insumos energéticos e matérias primas (óleo, nafta, gás industrial e enxofre) para os mais diversos setores da indústria e pela produção de revestimentos cerâmicos de alta qualidade, produzidos pela Incepa.

O município conta hoje com cerca de 100 indústrias nos mais diversos ramos. A indústria ervateira é outra atividade de destaque, demonstrando o interesse do mercado na erva-mate (utilizada

principalmente para chás e chimarrão) do município, que é considerado um dos maiores produtores brasileiros, com 50% de sua área de florestas e ervais nativos ainda preservados. As empresas de maior destaque são: Baldo S/A, Vier, Elizabeth, Maracanã, São Mateus e Rei Verde.

A região de São Mateus do Sul possui condições climáticas peculiares. O volume colhido a cada ano, em áreas de ocorrência natural da planta (ervais nativos), torna a região uma das maiores fornecedoras de erva-mate do país, respondendo por 14% da produção. Isso permite que o ambiente favoreça o desenvolvimento da atividade e é capaz de conferir tipicidade à erva-mate colhida e aos produtos elaborados.

Cabe notar que os efeitos do clima não se restringem à erva-mate. A produção da erva-mate se dá em consórcio com outras espécies florestais, nativas da região, cujo crescimento e desenvolvimento também são afetados pelo clima local. Assim, a interação entre clima, plantas do consórcio e erva-mate são fatores de grande relevância para qualidade do produto.

A água é abundante no município, cortado pelos rios Iguazu e Potinga, e banhado ao sul pelo Negro, na fronteira com Santa Catarina. O clima do município é descrito como subtropical úmido mesotérmico, tendo seus verões frescos, invernos com ocorrência de geadas severas e frequentes. A área do município é coberta ainda em mais de 50%, por vegetação original da mata atlântica.

4.1.9.2.2 A região de produção da Erva mate

São Mateus do Sul é o município com o maior volume de erva-mate extrativa, concentrando 17,8% do total nacional. A produção no município atingiu aproximadamente 70 mil toneladas de erva-mate e gerou um valor de 100,5 milhões de reais em 2017. Só a produção concentrada no município de São Mateus do Sul supera toda a produção do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. A erva-mate cultivada na região de São Mateus do Sul possui reconhecimento de indicação de procedência, com critérios de qualidade específicos, que levam em consideração a genética, o cultivo, a produção e todo o processamento.

4.1.9.2.3 A Indicação de Procedência de São Matheus

Segundo a Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus a Indicação de Procedência é o reconhecimento de uma história, tradição e notoriedade do ouro-verde que brota de maneira única na região

Esta associação é a Entidade Representativa da Indicação de Procedência de São Matheus, a qual foi concedida pelo INPI sob o número de registro BR402015000011-8, publicada na Revista da Propriedade Industrial Nº 2425 de 27 de junho de 2017.

A área geográfica está compreendida entre os Municípios de Antônio Olinto, Mallet, Rebouças, Rio Azul, São Mateus do Sul e São João do Triunfo e os produtos da Indicação de Procedência São Matheus serão elaborados a partir de partes vegetais de erva-mate (*Ilex paraguariensis* St Hill.) 100% procedentes da região delimitada para esta Indicação. São protegidos pela IG, os seguintes produtos: sementes de erva-mate, mudas de erva-mate, erva-mate cancheada, erva-mate para chimarrão, erva-mate pare tererê e chá mate.

Atualmente são 29 os produtores que detém o direito de uso da Indicação de Procedência, a saber:

Produtores aprovados com a Indicação de Procedência de São Matheus

001 Adão Staniszewski	016 Lucas Eduardo Vichinieski
002 Adriano Wiczorkoyski	017 Luciano Miguel Kuligovski

003 Alisson Stempiniak	018 Luis Eduardo Sokolowski
004 Ângela Zampier	019 Manoel Cordeiro Junior
005 Benedito Sant'Ana	020 Marcio Luis Staniszewski
006 Diogenes Gonçalves	021 Marcos Ari Augustin
007 Divercindo Paulo Morandi	022 Nelson Blaszczyk
008 Ederson da Silva Skodoski	023 Patricia Toppel
009 Fabio Slompo Ramos	024 Patricia Vilela Musialak
010 Fernando Vaccari Toppel	025 Ronaldo Toppel Filho
011 Helinton Lugarini	026 Sebastião Silveira
012 Jose Ewerling	027 Victor Cesar da Silveira
013 Laercio B. Levandoski	028 Victor Micharki Dudziak
014 Laertes Bedim	029 Vinicius Fayad
015 Leila Ribas Schumann	-

Fonte: <https://igmathe.com.br>, acessada em 05/03/22

Os produtos que detêm a Indicação de Procedência são:

- Erva-Mate Baronesa Extra Verde a Vácuo com Selo IG
- Chá mate Taquaral com IG
- Erva-Mate São Mateus com IG
- Chá mate Baldo Tosta Média
- Erva-Mate São Mateus com IG
- Erva-mate Baldo com IG

4.1.9.2.4 Sistema de controle da Indicação de Procedência de São Matheus

No que diz respeito aos requisitos técnicos o Caderno de Especificações Técnicas estabelece regras para os sistemas de produção e para os tipos de produtos, incluindo tipo de erva mate e o período de colheita, onde os ervais da Indicação de Procedência São Matheus deverão ser formados por plantas de erva-mate crescendo em consórcio com plantas nativas (espécies arbóreas naturais).

O Sistema de controle está fundamentado na inspeção do Conselho Regulador para analisar os ervais e confirmar a presença de espécies nativas e na época de colheita, incluindo o acompanhamento da área colhida e produção da safra de cada ano, o volume de erva-mate e a

quantidade de produtos elaborados com erva-mate da Indicação de Procedência São Matheus e a quantidade de sementes e mudas produzidas a partir das matrizes selecionadas, aptas a produzir material de propagação para a Indicação de Procedência São Matheus.

Além disto, há o processo de degustação do produto, realizada por uma comissão de degustação de 5 membros, supervisionada pelo Conselho Regulador.

Segundo o Caderno de Especificações Técnicas o Conselho Regulador, recebe produtos em embalagens devidamente lacradas e identificadas, acompanhados de laudo de análises químicas, mostrando estarem aptos ao consumo e de acordo com a legislação específica ao produto. A partir disto prepara e

encaminha as amostras para a comissão de degustação, em embalagens padronizadas, que impeçam a identificação da empresa solicitante, mantendo contraprova de cada amostra, devidamente lacrada e identificada para casos de necessidades de reavaliações.

A avaliação das amostras será feita em reunião da Comissão de Degustação, em painel sensorial, sendo permitida a análise de no máximo 10 amostras por reunião.

Os produtos aprovados são identificados com o Selo da Indicação de Procedência São Matheus no rótulo principal ou direto na embalagem do produto, de acordo com o tipo de embalagem, mas sempre em local de destaque. O Selo de Indicação de Procedência é controlado de forma individual, numerado sequencialmente para cada produto aprovado.



Figura 18 - Selo da IG São Matheus

A gestão de todo o processo de controle é realizada pelo Conselho Regulador, formado por cinco membros eleitos pela Assembleia Geral Ordinária dentre os associados efetivos ou fundadores e por um membro de instituição técnico científica, com conhecimento em erva-mate e eleito pela Assembleia Geral.

4.1.9.3 Indicação Geográfica do Sul da Bahia

4.1.9.3.1 A região do Sul da Bahia

O Sul da Bahia compreende a Costa do Dendê, Costa do Cacau e Costa do Descobrimento, seguindo ao sul de Salvador em direção a Ilhéus. O clima tropical é predominante em toda a Bahia, com temperaturas elevadas e médias anuais que, em geral, ultrapassam os 26°C.

A Costa do Cacau é uma das zonas turísticas localizado no estado da Bahia, no Brasil, caracterizada pela presença da lavoura cacaeira e da Mata Atlântica.

O cacaeiro é uma espécie arbórea que cresce em clima tropical úmido, em latitudes de até 20 graus de distância em relação à linha do Equador. A produção do cacau requer umidade, calor e sombra.

Para preservação dessa vegetação, foi desenvolvido um modelo de produção orgânico, conhecido como cabruca, no qual os cacaeiros crescem às sombras das árvores da Mata Atlântica.

4.1.9.3.2 A região de produção de Cacau

Foi no sul da Bahia, que o cacaeiro, árvore também conhecida como “fruto de ouro”, encontrou as melhores condições de solo e clima para expandir-se. Assim, por muitos anos, as fazendas cacaeiras tiveram uma importante representação na economia nacional.

Em 1989, a praga vassoura-de-bruxa quase devastou a produção cacaeira, trazendo graves efeitos socioeconômicos e ambientais para as regiões de cultivo. Da safra 1990 até a de 2000, a produção de

cacau na Bahia caiu de 356 para 98 mil toneladas. Foi com a contribuição da tecnologia que o controle da doença da fruta foi possível, desenvolvendo variedades tolerantes ao fungo.

Em 2016, o país produziu 146.998 toneladas de cacau e, desse total, 68,9% foi frutificado no sul da Bahia, o que representa 101,308 toneladas. Além do chocolate, outros derivados são obtidos a partir do alimento: polpa, manteiga, geleias, licor.

O cacau é o principal produto agrícola do sul da Bahia e é muito adequado à agricultura familiar. É um cultivo que ainda depende muito de mão de obra, necessitando ativamente dos produtores rurais. Só no estado, os cultivadores de cacau produzem mais de 30 marcas de chocolate, e quase todos são agricultores familiares

Uma das marcas de chocolate da agricultura familiar é a Bahia Cacau, originária da primeira fábrica de chocolate da produção familiar do estado, e dirigida pela Cooperativa da Agricultura Familiar e Economia solidária da Bacia do Rio Salgado e adjacências (Coopfesba), localizada no município de Ibicaraí.

São 120 agricultores familiares cooperados que cultivam o cacau orgânico para a comercialização de achocolatado, polpas de frutas e mingau, produtos que vão para 270 escolas estaduais de Salvador, por meio do Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae), além de produzirem bombons com nibs, barras de chocolate e amêndoas para vender em feiras locais.

4.1.9.3.3 A Indicação de Procedência do Sul da Bahia

A Indicação de Procedência do Sul da Bahia teve seu registro no INPI (BR402014000011-5) em 24/04/2018, publicado na Revista da Propriedade Industrial Nº 2468. A Entidade representativa é a Associação dos Produtores de Cacau do Sul da Bahia.

A área geográfica da Indicação de Procedência Sul da Bahia os seguintes municípios: Aiquara, Alcobaça, Almadina, Apuarema, Arataca, Aurelino Leal, Barra do Rocha, Barro Preto, Belmonte, Boa Nova, Buerarema, Caatiba, Camacan, Camamú, Canavieiras, Coaraci, Cravolândia, Dário Meira, Eunápolis, Firmino Alves, Floresta Azul, Gandú, Gongogi, Guaratinga, Ibicaraí, Ibicuí, Ibirapitanga, Ibirataia, Igrapiúna, Iguai, Ilhéus, Ipiaú, Itabela, Itabuna, Itacaré, Itagi, Itagibá, Itagimirim, Itaju do Colônia, Itajuípe, Itamaraju, Itamari, Itambé, Itanhém, Itapé, Itapebi, Itapitanga, Itororó, Ituberá, Jaguaquara, Iequié, Jiquiriçá, Jitaúna, Jucuruçu, Jussari, Laje, Maraú, Mascote, Mucuri, Mutuípe, Nilo Peçanha, Nova Canaã, Nova Lbiá, Nova Viçosa, Pau Brasil, Pirai do Norte, Porto Seguro, Potiraguá, Prado, Presidente Tancredo Neves, Santa Cruz Cabráia, Santa Cruz da Vitória, Santa Luzia, São José da Vitória, Taperoá, Teolândia, Ubaíra, Ubaitaba, Ubatã, Una, Uruçuca, Valença, Wenceslau Guimarães.

4.1.9.3.4 Sistema de controle da Indicação de Procedência do Sul da Bahia

O Caderno de Especificações Técnicas estabelece requisitos técnicos sobre o processo de produção e produto, incluindo o sistema de produção, o processo de beneficiamento das amêndoas de cacau, a espécie e variedade utilizadas e a qualidade das amêndoas de cacau.

O Sistema de controle está inicialmente baseado na propriedade, a qual deve ser associada à uma das cooperativas ou associações vinculadas a Associação Cacau Sul Bahia, seguida do georreferenciamento e credenciamento da unidade produtiva para a Associação Cacau Sul Bahia. A partir disto é realizada a visita de um classificador da Associação Cacau Sul Bahia para retirar uma amostra do lote a ser certificado, juntamente com o credenciamento do imóvel, com as informações do mesmo;

Amostra representativa do lote é analisada para avaliar o seguinte:

- Média de 300 amêndoas;
- Não apresentar teor de umidade superior a 8%;
- Aroma natural livre de odores estranhos;
- Livre de matérias estranhas;
- Fermentação de no mínimo 65% (de amêndoas totalmente marrons);
- Não tenha máximo de 15% de sub-fermentadas, respeitando percentagem máxima de 3% para mofo interno, inseto, germinadas, achatadas e 1% máxima de ardósia.

Após a aprovação os lotes de cacau, deverão ser depositados em um armazém de uma das cooperativas associadas a Associação Cacau Sul Bahia conforme as seguintes condições e requisitos para depósito:

- Estar devidamente preparado;
- Ter sua identidade preservada, podendo dar acesso às informações como: imóvel onde for produzido, processos agrônômicos, processo de secagem e outras informações relevantes;
- O armazém deve estar localizado dentro da área demarcada como parte da Indicação de Procedência;
- armazém envia amostra de cada saco do lote depositado (o qual já teve pré-amostra avaliada e classificada) para a Associação Cacau Sul Bahia, a fim de fazer a prova oficial e emitir o Selo de Origem e Qualidade do Cacau IP Sul da Bahia.

A partir disso a Associação Cacau Sul Bahia emitirá o Código de Barras de Logística e o Lacre correspondente ao número de sacos do lote que obteve o Selo, garantindo a rastreabilidade de cada saco certificado e sua inviolabilidade;

Cada saco é identificado com a identificação do nome do produtor ou fazenda produtora e o nome geográfico seguido da expressão Indicação de Procedência



Figura 19 - Selo da IG Cacau do Sul da Bahia

A gestão de todo o processo de controle é realizada pelo Conselho Regulador, formado por 06 (seis) membros, sendo:

- 4 eleitos pela Assembleia Geral Ordinária, dentre os inscritos na Associação, o Presidente e o Diretor Executivo;
- Um membro representante de instituição de desenvolvimento ou divulgação ligada à cadeia produtiva do cacau nacional CEPLAC/MAPA; e
- Um membro representante de Instituição vinculada ao tema da Sustentabilidade do sistema produtivo prevacente na região da Indicação Geográfica CACAU SUL DA BAHIA.

4.1.9.4 Indicação Geográfica do Oeste do Paraná

4.1.9.4.1 A região do Oeste do Paraná

A região Oeste do Paraná está localizada a oeste do Estado do Paraná sendo composta por cinquenta municípios. Seu relevo é plano e pouco ondulado com solos férteis e pouca susceptibilidade à erosão. Os verões são quentes, com geadas pouco frequentes e chuvas concentradas nos meses de verão.

As características climáticas descritas são propícias para a agricultura da região.

4.1.9.4.2 A região de produção de Mel

Pela sua vocação agrícola, a região traz a produção de mel como mais uma atividade para agregar valor às propriedades rurais dos pequenos produtores. A grande fartura hidrográfica e de áreas verdes preservadas, apoiada por melhorias técnicas da produção e de gestão, fizeram o Oeste do Paraná um dos produtores de mel de alta qualidade com interesse também de compradores internacionais.

As margens do reservatório de Itaipu com muitas áreas de proteção ambiental, com uma mata jovem e diversificada, trazem a diferenciação para a produção do mel.

Na Região Oeste do Paraná existem cerca de dois mil produtores da agricultura familiar, somando o equivalente a cinquenta mil colmeias. O produto é vendido em potes, sachês, pólen, própolis, mel de jataí para tosse e geleia real.

O mel é um alimento rico em cálcio, fósforo, carboidratos com diversas vitaminas, sais minerais, proteínas e aminoácidos de fácil digestão. Auxilia no controle de doenças cardiovasculares, no funcionamento do coração, protege o cérebro, o fígado, eficaz no tratamento de problemas respiratórios e pulmonares. Ativa as funções do cálcio e do fósforo nos ossos, dentes e unhas e ajuda na proteção da membrana das hemácias e do organismo contra substâncias carcinogênicas.

4.1.9.4.3 A Indicação de Procedência do Oeste do Paraná

A Indicação de Procedência do Oeste do Paraná teve seu registro no INPI (BR402015000012-6) em 04/07/2017, publicado na Revista da Propriedade Industrial Nº 2426. A Entidade representativa é a Cooperativa Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL.

A Indicação de Procedência do Oeste do Paraná engloba os seguintes municípios: Anahy, Assis Chateaubriand, Boas Vista da Aparecida, Braganey, Cafelândia, Campo Bonito, Capitão Leônidas Marques, Cascavel, Catanduvas, Céu Azul, Corbélia, Diamantes do Sul, Diamantes do Oeste, Entre Rios do Oeste, Formosa do Oeste, Foz do Iguaçu, Guaíra, Guaraniaçu, Ibema, Iguatu, Iracema do Oeste, Itaipulândia, Jesuítas, Lindoeste, Marechal Cândido Rondon, Maripá, Matelândia, Medianeira, Mercedes, Missal, Nova Aurora, Nova Santa Rosa, Ouro Verde do Oeste, Palotina, Pato Bragado, Quatro Pontes, Rarnilândia, Santa Helena, Santa Lúcia, Santa Teresa do Oeste, Santa Terezinha de Itaipu, São José das Palmeiras, São Miguel do Iguaçu, São Pedro do Iguaçu, Serranópolis do Iguaçu, Terra Roxa, Toledo, Três Barras do Paraná, Tupãssi e Vera Cruz do Oeste.

4.1.9.4.4 Sistema de controle da Indicação de Procedência do Oeste do Paraná

O Caderno de Especificações Técnicas estabelece requisitos técnicos sobre o a necessidade de cumprimento dos requisitos legais (descrição, referências, composição e requisitos, aditivos, higiene, pesos e medidas, rotulagem, métodos de análises e amostragem), sobre o tipo e uso da colmeia, equipamentos de proteção e utensílios, procedimentos para a coleta dos quadros com mel no campo;

sobre as etapas do processo produtivos e seus controles, incluindo as questões de envase, rotulagem, armazenamento e expedição do produto acabado.

O Sistema de controle prevê que ao solicitar o uso da Identificação de Procedência do Mel, o produtor deve comprovar a localização das colmeias junto à COOFAMEL, apresentando relatório com a quantidade e a localização das respectivas colmeias, identificadas por numeração individual e com informação de altitude, latitude e longitude de cada uma. O apiário com as colmeias deverá estar localizado nos limites dos municípios do Oeste do Paraná.

A partir disto a COOFAMEL designará técnico responsável pelo trabalho de campo que fará o acompanhamento e a validação das colmeias e dos produtores em conformidade com as normas de produção de mel constantes no Manual de Boas Práticas de Campo da COOFAMEL e/ou em conformidade com a Instrução Normativa do MAPA.

O mel processado nas unidades industriais deverá estar dentro das especificações preconizadas pela Instrução Normativa N011, de 20 de outubro de 2000 e, do Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento que estabelece o REGULAMENTO TÉCNICO DE IDENTIDADE E QUALIDADE DO MEL.

Com a aprovação o produtor receberá a Indicação de Procedência da COOFAMEL do lote de mel com as especificações técnicas e a quantidade do produto correspondente ao lote processado, com a autorização para o envase e aplicação do sinal distintivo da Indicação de Procedência nas embalagens.



Figura 20 - Selo da IG Mel do Oeste do Paraná

A gestão de todo o processo de controle é realizada pelo Conselho Regulador, composto por 7 (sete) membros titulares e sete suplentes, podendo incluir em sua composição representantes de instituições técnicas e científicas, de desenvolvimento e divulgação, com competência reconhecida. O mandato dos membros será de três anos, permitida a recondução, porém o Conselho deverá ser renovado em no mínimo 3 membros titulares a cada novo mandato;

Participará do Conselho Regulador: representantes dos produtores, representante da indústria, 1 diretor da COOFAMEL, 1 produtor cooperado, 1 produtor não cooperado, 1 técnico de campo, 1 representante da universidade, 2 representantes das organizações que fazem parte da governança e suplente de cada instituição;

Compõe a Governança do processo: SEBRAE, Itaipu Binacional, Prefeitura Municipal de Santa Helena, UNIOESTE - Universidade do Oeste do Paraná, ACISA - Associação Comercial e Empresarial de Santa Helena, Biolabore-Cooperativa de Trabalho e Assistência Técnica do Paraná e COOFAMEL- Cooperativa Agrofamiliar Solidária.

Nota 1: outras instituições ou organizações poderão vir a compor a governança.

Nota 2: O Caderno de Especificações Técnicas descreve que é responsabilidade do Conselho Regulador, adotar procedimentos de avaliação de conformidade, previstos no âmbito do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade - SBAC, que assegurem a aferição do cumprimento das especificações constantes do Caderno de Especificações Técnicas, inclusive nas operações de comercialização do produto.

4.1.9.5 Indicação Geográfica de Porto Ferreira

4.1.9.5.1 A região de Porto Ferreira

Porto Ferreira é um município brasileiro do estado de São Paulo localizado na região geográfica imediata de São Carlos. Sua população é estimada em 56.150 habitantes (IBGE/ 2019). É considerada "A Capital Nacional da Cerâmica Artística e da Decoração", título concedido pelo Senado Federal e, posteriormente sancionado pela Presidência da República pela Lei Nº13.492 de 16 de outubro de 2017.

Porto Ferreira tem sua origem em um ponto de travessia do Rio Moji-Guaçu, um porto de areia, onde o balseiro João Inácio Ferreira operava, levando e trazendo viajantes de um lado ao outro do rio. Essa atividade gerou um povoado, o Porto do Ferreira, que, em 1986, foi elevado ao status de município com o nome de Porto Ferreira.

Reconhecida como a "Capital Nacional da Cerâmica Artística e da Decoração", hoje tem mais 300 lojas, além de indústrias e fábricas e possui ampla variedade de produtos deste segmento como cerâmica utilitária e artística, mesa, piso, móveis em ferro, madeira, artigos em vidro, resina, iluminação, decoração de interiores e móveis, o que transformou o município em um dos principais pólos comerciais do Estado de São Paulo.

4.1.9.5.2 A produção de artesanato (cerâmica)

Em Porto Ferreira, as fábricas de cerâmica se instalaram desde a década de 1920. Ao longo dos anos, em especial a partir da década de 1950, a cidade, distante 227 km da capital, passou a desenvolver vocação produtiva nesse segmento. Mas foi na década de 70 que começaram a se desenvolver as cerâmicas artísticas e, na década seguinte, ocorreu o "boom" das cerâmicas em Porto Ferreira.

Os produtos assinalados pela Indicação de Procedência Porto Ferreira pertencem ao segmento denominado Cerâmica Branca. Este grupo é bastante diversificado, compreendendo materiais constituídos por um corpo branco e em geral recobertos por uma camada vítrea transparente.

A expressão "cerâmica branca" provém do fato de que, no passado, devido aos esmaltes serem transparentes, procurava-se produzir corpos cerâmicos brancos e isentos de manchas, diferenciando-se pela temperatura de queima, composição da massa, tipos de fundentes e absorção de água pela peça.

A maior parte da matéria-prima utilizada para a fabricação do material cerâmico é natural, extraída de minerações, sendo necessária uma fase de beneficiamento destes materiais, quando ocorre um ajuste de granulometria e um rigoroso controle de qualidade sem qualquer alteração dos seus componentes químicos.

A quantidade de cada matéria-prima extraída e a sua pureza influenciam na qualidade e nas características do material produzido.

Os componentes das matérias-primas para a fabricação da Cerâmica de Porto Ferreira são classificados como materiais argilosos e fundentes, sendo eles: argila, feldspato, caulim, quartzo e talco.

4.1.9.5.3 A Indicação de Procedência de Porto Ferreira

A Indicação de Procedência de Porto Ferreira teve seu registro no INPI (BR402018050006-2) em 08/09/2020, publicado na Revista da Propriedade Industrial Nº 2592. A Entidade representativa é o Sindicato das Indústrias de Produtos Cerâmicos de Louça, de Pó, de Pedra, Porcelana e da Louça de Barro de Porto Ferreira – SINDICER.

A área delimitada é o perímetro urbano do município de Porto Ferreira (SP) e atualmente existem centenas de produtos produzidos em 19 fábricas diferentes, a saber:

Produtores aprovados com a Indicação de Procedência de Porto Ferreira

001 2A Cerâmica	011 Cerâmica G.A.
002 Alleanza Cerâmica	012 Cerâmica JN
003 Cerâmica Alessandra	013 Lu Brasil Cerâmica
004 Cerâmica Alfaluz	014 Cerâmica Novo Estilo
005 Cerâmica Bonelli	015 Cerâmica Pegorin
006 Cerâmica Burguina	016 Cerâmica Porto Brasil
007 Cerâmica Buzzios	017 Cerâmica Regina
008 Cerâmica Cláudia	018 Cerâmica Star Bella
009 Cerâmica Érica	019 Silveira Cerâmica Artística
010 Cerâmica Fabriscer	-

Fonte: <https://www.ceramicadeportoferreira.com.br/>, acessada em 05/03/22

4.1.9.5.4 Sistema de controle da Indicação de Procedência de Porto Ferreira

O Caderno de Especificações Técnicas estabelece requisitos técnicos sobre os tipos de matérias primas, o processo de fabricação e sobre a qualidade do produto.

O Sistema de controle considera a avaliação da empresa e dos produtos por avaliadores indicados pelo Conselho Regulador, em que se verificar as questões formais de associação ao Sindicato, presença na área delimitada, regularização da empresa em termos de licenças de operação e funcionamento, processo produtivo e presença de defeitos nos produtos. Após o parecer dos avaliadores o processo é levado para decisão do Conselho Regulador que emite o ‘Parecer para a Emissão de Certificado de Permissão de Uso do Selo de Indicação de Procedência da Cerâmica de Porto Ferreira’.

As empresas aprovadas poderão assim, utilizar a marcação de Indicação de Procedência.



Figura 21 - Selo da IG Cerâmica de Porto Ferreira

Além disto, há controle sobre a rastreabilidade dos produtos comercializados pelo uso de QR Code que pode ser encontrado no próprio produto, na embalagem, através de tags, etiquetas, certificados, e/ou na documentação que acompanha o produto.

A gestão de todo o processo de controle é realizada pelo Conselho Regulador, composto por 5 membros efetivos e 3 membros suplentes eleitos pela diretoria do SINDICER, para um mandato de 2 anos, sem limites para reeleições, sendo considerados eleitos como efetivos os 5 candidatos mais votados e como suplentes os 3 candidatos seguintes, obedecida a ordem de votação.

Fontes consultadas

4.1.9.6 Indicação Geográfica da Região do Cerrado Mineiro

4.1.9.6.1 A região do Cerrado Mineiro

O Cerrado é um bioma brasileiro, caracterizada especialmente pelo bioma (na acepção internacional) savana, mas também por floresta estacional e campo

O Cerrado é o segundo maior domínio brasileiro, estendendo-se por um território de 1,5 milhão de km², abrangendo quatro estados do Brasil Central (Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal), além de Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Tocantins, Bahia, Maranhão e Piauí.

A área denominada de cerrado mineiro está localizada no noroeste de Minas Gerais; região que aglutina 55 municípios do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e Noroeste de Minas. Entre eles, se destacam Patrocínio, Monte Carmelo, Araguari, Patos de Minas, Campos Altos, Unaí, Serra do Salitre, São Gotardo, Araxá e Carmo do Paranaíba.

4.1.9.6.2 A produção de café no Cerrado Mineiro

O café começou a ser cultivado na região somente na década de 70, por agricultores paranaenses que fugiam das geadas e por paulistas que enfrentavam problemas de nematoide na produção. Embora tenha iniciado sua produção tardiamente quando comparada às tradicionais regiões cafeeiras, esta região conquistou seu espaço e segue se destacando cada vez mais pelo Brasil e pelo mundo. O clima seco durante o período de colheita e a altitude da região (todas as cidades que compõe a região demarcada estão acima de 800 m) são alguns dos fatores importantes para a qualidade do café produzido.

O café é cultivado em uma região que se encontra na faixa ideal de aptidão térmica para o café arábica (*Coffea arabica*), permitindo frutificação uniforme e alta produtividade.

O plantio dos cafeeiros na região requer técnicas avançadas de cultivo, manejo e fertilização do solo. O plantio das mudas é a operação mais importante na formação da lavoura, sendo feitas com mudas de meio ano, com seis a oito meses de idade, com três a cinco pares de folhas, e cujo plantio pode ser efetuado em qualquer época do ano, mas preferencialmente no início do período chuvoso.

Os cafeeiros são cultivados em áreas com altitude variando entre 800 e 1.300 metros, e o resultado é um café com identidade única e de qualidade. O solo possui propriedades químicas específicas, destacando a sua baixa fertilidade natural; acidez elevada, com PH inferior a 5,0; baixa matéria orgânica – valores inferiores a 2% em solos argilosos; baixo teor de fósforo disponível – inferior a 5 ppm; e baixo teor de cálcio, magnésio, potássio e micronutrientes.

A umidade relativa do ar é reduzida quando comparada a tradicionais regiões cafeeiras, permitindo uma baixa acidez e sabor achocolatado. A maior quantidade de insolação favorece o aumento da produção e melhor maturação e colheita.

4.1.9.6.3 A Denominação de Origem da Região do Cerrado Mineiro

A Denominação de Origem Região do Cerrado Mineiro teve seu registro no INPI (IG201011) em 31/12/2013, publicado na Revista da Propriedade Industrial Nº 2243. A Entidade representativa é a Federação dos Cafeicultores do Cerrado.

A região delimitada “Região do Cerrado Mineiro” é a área definida pela portaria IMA no 165, de 27 de abril de 1995, compreendendo as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16°37’ a 20°13’ de latitude e 45°20’ a 48°48’ de longitude, abrangendo as regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste.

Os cafés produzidos com práticas sustentáveis geram progresso nos 55 municípios, reconhecimento e valor compartilhado para os 4.500 produtores e parceiros. São 5 milhões de sacas de cafés produzidos por meio de um processo único, tendo como base os atributos singulares da Denominação de Origem da Região do Cerrado Mineiro, comprovados e garantidos pela qualidade e certificação de origem.

Os produtores com a DO podem ser consultados no link abaixo:

<https://www.cerradomineiro.org/index.php?pg=mapa>

4.1.9.6.4 Sistema de controle da Denominação de Origem da Região do Cerrado Mineiro

O Caderno de Especificações Técnicas estabelece requisitos técnicos para a avaliação do produto (café verde), sendo que:

- o produtor deve ser certificado programa de certificação da qualidade e origem do Cerrado Mineiro, onde as atividades de auditoria são conduzidas por organização denominada de “empresa auditora” (a qual deve ser cadastrada e credenciada junto à Federação de Cafeicultores do Cerrado Mineiro).
- Nota 1: O programa de certificação estabelece 3 níveis de certificação.
- Nota 2: Para o nível 3 a “empresa auditora” deve ser certificada pela norma ISO 65000 (deve ser acreditada pela norma ISO/IEC 17065).
- as características físicas do produto devem atender a Instrução Normativa n.º 8, de 11 de junho de 2003, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;
- as características sensoriais dos produtos devem atender o valor mínimo de 80 pontos de acordo com a Associação Americana de Cafés Especiais – SCAA;
- a área produtiva deve estar acima de 800 m de altitude com a localização dentro da área delimitada e o tipo de café produzido deve ser do tipo arábica;
- o produtor deve ser cooperado ou associado e deve se comprometer em adotar boas práticas e cumprir a legislação brasileira.

Ainda segundo este documento é possível conceder o direito de uso da Denominação de Origem para café torrados e moídos para as indústrias que compram o café verde com Denominação de Origem, mas neste caso estas precisam ser credenciadas no programa de certificação da qualidade e origem do Cerrado Mineiro e para isso devem ser associadas da Associação Brasileira de café – ABIC, e participar do Programa de Qualidade do Café.

Há ainda requisitos para os armazéns utilizados, os quais devem estar credenciados e para isso precisam estar localizados na área geográfica delimitada e possuir sistema de rastreabilidade física dos lotes de café armazenados.

Os classificadores que participam do processo também precisam ser credenciados e para isso precisam atender a requisitos de comprovação de competência.

O Sistema de controle utilizado contém sistema de rastreabilidade baseado no uso de *QR Code* nas embalagens dos produtos (conectando as informações relativas aos produtores) e um sistema de georreferenciamento das fazendas produtoras⁸⁷.

A gestão de todo o processo de controle é realizada pelo Conselho Regulador, composto por 10 membros, sendo um deles o Superintendente Executivo, que será o seu coordenador, e os outros nove membros serão eleitos pelo Conselho de Administração, em Assembleia Geral.

Os mandatos dos membros internos e externos serão de três anos, podendo, os mesmos, serem reconduzidos ao Conselho sem limites de vezes.

⁸⁷ Ver <https://www.cerradomineiro.org/index.php?pg=mapa>

Quadro resumo dos sistemas de controle das Indicações Geográficas Brasileiras

Elementos do Sistema de Controle	IP da Canastra	IP de São Matheus	IP do Sul da Bahia	IP do Oeste do Paraná	IP Porto Ferreira	DO Região do Cerrado Mineiro
Uso de avaliação da conformidade	Inspeção por técnico Ensaio do produto Ensaio sensoriais do produto	Inspeção do Conselho Regulador Ensaio sensoriais do produto	“Visita técnicas” (auditoria) por classificador Ensaio do produto	“Visita técnicas” (auditoria) por técnicos	“Visitas técnicas” (auditoria) por avaliadores Inspeção visual dos produtos	Auditoria do processo produtivo Inspeção do produto Ensaio sensoriais do produto
Uso de mecanismos de rastreabilidade	Selos de caseína Controle dos volumes produzidos	Selos numerados	Georreferenciamento Código de Barras de Logística e o Lacre correspondente ao número de sacos do lote Aprovação por lote	Georreferenciamento Controle dos volumes produzidos	Etiquetas de <i>QR Code</i>	Georreferenciamento Etiquetas de <i>QR Code</i>
Uso da Acreditação	Não utiliza	Não utiliza	Não utiliza	Não utiliza	Não utiliza	Uso parcial para certificação do nível 3 (acreditação ISO/IEC 17065)
Competências das pessoas	técnico credenciado da Associação	Membros do Conselho Regulador	Classificador da Associação	Técnicos da Cooperativa	Avaliadores indicados pelo Conselho Regulador	
Processo de decisão da concessão	Decisão pelo Conselho Regulador	Decisão pelo Conselho Regulador	Decisão pelo Conselho Regulador	Decisão pelo Conselho Regulador	Decisão pelo Conselho Regulador	Decisão pelo Conselho Regulador
Acompanhamento de mercado	Sem informações de que realiza	Sem informações de que realiza	Sem informações de que realiza	Sem informações de que realiza	Sem informações de que realiza	Sem informações de que realiza
Uso de tecnologias digitais	Base dados (site)	Base dados (site)	Georreferenciamento Código de Barras de Logística	Não identificada	Base dados (site)	Georreferenciamento Etiquetas de <i>QR Code</i> Base dados (site)

4.2 Usos e experiências em outros setores

Vários dos métodos, técnicas e tecnologias que são usadas pelas IG e objeto deste estudo são usados em outras atividades e especialidades, em alguns casos até de maneira mais extensiva ou pioneira. Na verdade, a gestão das IG recorre a métodos de gestão e técnicas que não foram desenvolvidos especificamente para as IG. Assim, ao se procurar conhecer o uso de tecnologias de gestão digitais e outras técnicas inovadoras para aplicação nas IG pode ser útil olhar o que vem sendo feito em outras áreas. Esta pesquisa não faz parte do escopo deste projeto, mas convém pelo menos fazer menções a alguns deles, até para encorajar que se “olhe para o lado” e se tire partido de algumas dessas experiências que podem ser úteis para as IG.

Assim, a título de exemplo podem se mencionar os seguintes:

- A certificação de produtos segundo normas de sustentabilidade tem se defrontado com desafios complexos de rastreabilidade e gestão da informação relacionados com as certificações emitidas, certificados e marcas no mercado e semelhantes. Têm também procurado ser inovadores e abordar esses desafios de maneira pragmática e recorrendo à tecnologia. Podem se citar, como exemplos, o uso dos chamados ensaios forenses, como a determinação de DNA para confirmar a rastreabilidade (e a legitimidade de produtos certificados) com a origem respectiva⁸⁸. No que se refere à prevenção ou enfrentamento de fraudes, vêm se aplicando várias técnicas e métodos, em que informação introdutória pode ser encontrada na página da Internet da *Assurance Services International* – ASI, um organismo de acreditação internacional com atuação destacada nesses temas⁸⁹. Ainda no domínio da experiência das certificações de sustentabilidade, há casos interessantes de uso de georreferenciamento em vários produtos de origem agrícola ou de silvicultura, como pode também ser visto na página da Internet da ASI;
- Vários dos temas mencionados vêm ganhando destaque em outros setores ou em atividades que guardam um certo grau de similaridade. Aqui, pode se mencionar os diversos desenvolvimentos do tema da rastreabilidade, em especial de alimentos, produtos agroalimentares e manufaturados. Parte do controle das IG tem que ver com isso. Há bons exemplos e referências, por exemplo, na Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura - FAO⁹⁰, ou do Fórum Econômico Mundial⁹¹
- Dentre as tecnologias que podem contribuir para a gestão das IG uma que se destaca é a de *blockchain*, que tem sido considerada como uma ferramenta muito útil para as cadeias de fornecimento (*supply chain*) e a gestão da rastreabilidade. Sobre isto há muitas referências, como

⁸⁸ Ver <https://www.msc.org/media-centre/news-opinion/news/2020/02/21/how-dna-testing-works>; <https://www.msc.org/what-we-are-doing/our-collective-impact/certified-seafood-supply-chains>; e ainda <https://www.seafish.org/document/?ufprt=87593D8498BFDD6ACEE51C5A814E67657CBE82672D54AA397570E4860D5645BDDF7A25325D528E53A8261458D7F0CD42E4CC587397F88A5642E82C3FEFA3BF932042B952D73696FD6D84BCC7F5A26B9A8045DDB2D2FAA9A0419012D863D7457DBF06DF1BF6CEB0A5D9B5C6CF595A37256B1AB41700BB3213DAD25D482B609F3F03FEDC2E7811E179D920D6A05AA03AEB0A1BD2D97A4D35197BE1393AE4F4BB56F8E9800EA4CDBC40B5A47C7EFBD3EA4E20C082E8974A9C7BDC7525292795B4285EEBB659CE0651F931CDC153BB3FD06882DDCAFE7FB5CAC90BED2D057A4E8B1A3B7B296EA55E2BA903C493433E8D73CFCFD429DEF8BFF7D149B7ABCADF96DE5A5CD852CF7D2BD0DE838363BF11D30DF59224DEAB6D9808ADEE28C880A3C8C0737621F7625D43F5FCFE422406027F76244FDA0009FB8C3DAE23BE154F047F28D630F01658AA87281921588B4BD5F407E5>

⁸⁹ Ver [Integrity and risk management \(asi-assurance.org\)](https://asi-assurance.org/integrity-and-risk-management)

⁹⁰ Ver, por exemplo: [International Seminar on Sustainable Seafood Value Chain: Traceability | GLOBEFISH | Food and Agriculture Organization of the United Nations \(fao.org\)](https://www.globefish.org/2019/05/21/international-seminar-on-sustainable-seafood-value-chain-traceability/);

⁹¹ Ver [WEF Traceability in food value chains Digital.pdf \(weforum.org\)](https://www.weforum.org/publications/traceability-in-food-value-chains-digital);

por exemplo da FAO⁹². Uma busca rápida na Internet mostrará como já existem várias empresas no Brasil oferecendo soluções para cadeias de fornecimento, muitas orientadas para o agronegócio. Essa oferta vai desde *startups* até empresas bem estabelecidas.

4.3 Países e organizações estrangeiras e brasileiras a serem pesquisados

Em função das informações obtidas no levantamento, sugere-se selecionar as entrevistas a serem realizadas para aprofundar a investigação da lista abaixo.

Nº	País	Organização
1	Internacional	OMPI
2	Internacional	OriGIn
3	Regional	Comissão Europeia - Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural
4	México	IMPI
5	México	Conselho Regulador da Tequila
6	Colômbia	SIC
7	Colômbia	Federação Nacional de Cafeicultores
8	Colômbia	CafeCert
9	Colômbia	Farmer Connect
10	Colômbia	Artesanias de Colombia
11	Portugal	Direção Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural – DGADR
12	Portugal	Qualifica Portugal
13	Portugal	CerFundão (da Cereja do Fundão)
14	França	Instituto Nacional de Origem e Qualidade (INAO)
15	França	SIG
16	Tailândia	Organização Administrativa Provincial de Lamphun
17	Brasil	Federação dos Cafeicultores do Cerrado
18	Brasil	Sindicato das Indústrias de Produtos Cerâmicos de Louça, de Pó, de Pedra, Porcelana e da Louça de Barro de Porto Ferreira – SINDICER
19	Brasil	Cooperativa Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL
20	Brasil	Associação dos Produtores de Cacau do Sul da Bahia
21	Brasil	Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus
22	Brasil	Associação dos Produtores do Queijo Canastra – APROCAN
23	Brasil	INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

⁹² Ver [FAO hosts Digital Innovation Dialogue on blockchain for sustainability in agriculture | E-Agriculture; https://www.fao.org/3/ca8751en/CA8751EN.pdf](https://www.fao.org/3/ca8751en/CA8751EN.pdf) ; ou [Emerging opportunities for the application of blockchain in the agri-food industry \(fao.org\)](https://www.fao.org/3/ca8751en/CA8751EN.pdf)

4.4 Fontes consultadas

<https://www.crt.org.mx>

https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/orgullo-artesanal-con-sello-de-origen_10831

<http://paisajeculturalcafetero.org.co/>

<https://spirits.eu/geographical-indications>

<https://portalfuturista.com/agritech-vai-rastrear-amendoa-em-portugal-com-blockchain/>

<https://elmundodelcafe.mx/?p=1857>

<https://es.cointelegraph.com/news/use-of-blockchain-technology-in-coffee-traceability>

<https://www.thankmyfarmer.com/>

<https://www.artesaniasdecolombiatienda.com.co/>

<https://expoartesanias.com/>

<https://docplayer.es/85972454-Indicaciones-geograficas-marzo-de-2018-cd-de-mexico.html>

<https://docplayer.es/93571125-Mecanismos-de-control-y-rastreabilidad-de-productos-de-las-indicaciones-geograficas-y-marcas-colectivas-caso-denominacion-de-origen-tequila.html>

<https://tequilainteligente.com/blockchain-el-siguiente-paso-para-tequila/>

<https://www.farmerconnect.com/>

<https://www.thankmyfarmer.com/>

<https://www.cafedecolombia.com/particulares/indicacion-geografica-protogada/>

<https://www.cafedecolombia.com/>

<https://federaciondecafeteros.org/>

<https://www.origin-gi.com/>

<https://www.wipo.int/>

<https://www.wipo.int/memberprofilesgeo/#/>

<https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/>

<https://datasebrae.com.br/ig-regiao-do-cerrado-mineiro-denominacao-de-origem/>

<https://www.cerradomineiro.org>

<https://brazilcoffeenation.com.br/region/show/id/4>

<https://blog.ucoffee.com.br/cerrado-mineiro/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Porto_Ferreira

<https://datasebrae.com.br/ig-porto-ferreira/>

<https://www.portoferreira.sp.gov.br>

<https://www.ceramicadeportoferreira.com.br/>

<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas>

<https://coofamel.com.br>

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Bahia>

<https://web.archive.org/web/20210630143736/https://www.cnabrazil.org.br/noticias/cacau-da-bahia-70-da-producao-nacional>

https://pt.wikipedia.org/wiki/São_Mateus_do_Sul

<https://igmathe.com.br>

<https://queijodacanastra.com.br>

<https://www.serradacanastra.com.br/>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Parque_Nacional_da_Serra_da_Canastra

<https://portaldoqueijo.com.br/>

4.5 Análise dos dados secundários

Em primeiro lugar, convém notar que, como foi planejado, as informações obtidas neste levantamento são secundárias e, portanto, limitadas na quantidade, qualidade e grau de profundidade em função de cada fonte pesquisada.

Com efeito, na generalidade, a informação disponível nas páginas na Internet das organizações envolvidas com IG, é pouco detalhada sobre os métodos e técnicas utilizados na gestão. Isto pode ser explicado por que os sites dessas organizações estão mais orientados para divulgar e promover o uso dos produtos com IG junto aos consumidores e outras partes interessadas, do que propriamente dar informações detalhadas dos aspectos técnicos da operacionalização e gestão dessas IG, que normalmente são do interesse de públicos mas restritos e especializados.

Entretanto, do conjunto de informações levantadas, pode-se concluir que as IG, tanto nas organizações internacionais ou regionais, quanto nas organizações gestoras dos países estudados e mesmo no Brasil, estão gradativamente incorporando novos métodos de gestão e aperfeiçoando os já existentes com o uso crescente de técnicas inovadoras e tecnologias.

4.5.1 Indicações geográficas estrangeiras

Para os casos estrangeiros, em termos gerais, estas técnicas, métodos e tecnologias inovadoras concentram-se nos seguintes aspectos:

- i. Gestão e disponibilização de informações acerca dos produtos com IG e seus produtores, em particular por meio de bases de dados que podem ser consultadas, com objetivos principalmente de promoção e divulgação; estas bases de dados na maioria das vezes permitem procurar, em uma IG, os produtores e os produtos oferecidos ao mercado. Em alguns casos, são disponibilizadas as regras que governam a IG, como os cadernos de encargos ou regimes de controle (são várias as denominações utilizadas, mas em essência trata-se das especificações dos processos de produção, do produto e os métodos utilizados para verificar e confirmar a conformidade a essas especificações). Em outros, estas regras são descritas de maneira mais

- sucinta; aqui, as tecnologias utilizadas dizem respeito à estruturação das próprias bases de dados e aos mecanismos de busca utilizados (filtros e informação que se pode obter);
- ii. Constatou-se o uso da avaliação da conformidade de maneira sistemática e bem estabelecida, com o uso da infraestrutura da qualidade existente ao nível nacional, isto é, o recurso a laboratórios, organismos de inspeção ou organismos de certificação acreditados pelo Organismo de Acreditação nacional, e seguindo as normas ISO aplicáveis a essas organizações. Em alguns casos, as próprias organizações gestoras atuavam como organismos de certificação ou inspeção e contavam com laboratórios próprios, com a respectiva acreditação, ou, em outros casos, utilizavam um organismo de certificação, de inspeção ou laboratórios terceiros, com a respectiva acreditação e vinculados à IG de maneira formal (por designação ou contrato/acordo direto);
 - iii. O uso de métodos inovadores que se pôde constatar estava concentrado nos aspectos relacionados com a rastreabilidade dos produtos e das marcas. Estas envolviam:
 - a. métodos clássicos de balanços de quantidades e origens, suportados por sistemas de documentos;
 - b. há algumas iniciativas que experimentam o uso de sistemas de rastreabilidade apoiados em *blockchain*;
 - c. uso de etiquetagem, incluindo o uso de QR Codes;
 - d. num caso (a Tequila, no México) há o uso de um ensaio de laboratório que assegura a origem e, portanto, a rastreabilidade do produto – neste caso, um ensaio de cromatografia, que constitui a “pegada” da unidade de produção e a fonte das matérias primas associadas. Este caso levanta a possibilidade de se considerar, pelo menos em alguns casos, o recurso a ensaios forenses, como os de DNA, para assegurar que os produtos marcados como IG efetivamente são legítimos;
 - e. em alguns casos identificou-se o uso de georreferenciamento para assegurar a rastreabilidade desde a origem das matérias ou produtos.
 - iv. Não foi possível identificar no levantamento outras tecnologias como big data, inteligência artificial ou o uso de nanotecnologia.
 - v. Observou-se, para além do recurso a organismos de avaliação da conformidade externos, acreditados, o uso de plataformas digitais externas, como no caso do Café da Colômbia, que integravam informações de supply chain, relativas ao fluxo do processo de produção e a distribuição. Nesse caso, usa-se também um aplicativo (fornecido externamente) que procura aproximar o consumidor do produtor (*Thank My Farmer*), aumentando a percepção da singularidade e do valor agregado dos produtos com IG. Produtor deixa de ser abstrato e pode-se conhecer melhor quem é, o que faz e como faz.
 - vi. Há ações dirigidas para o controle das marcas no mercado, seja por meio do uso de QR Code, seja por uso de mecanismos de controle de produtos, inspeção (que inclui a coleta de amostras aleatoriamente e seu ensaio). A IG da Tequila recorre a serviços de *Trade Mark Watch Reports*, serviços contratados no mercado a empresas especializadas em vigiar o uso de marcas no mercado. Algumas destas medidas incluem iniciativas de combate a uso fraudulento das marcas da IG, em que se destaca aqui também a Tequila.
 - vii. Notou-se que algumas IG, para além da própria marca da IG, usam cumulativamente certificações da qualidade (certificações convencionais), explorando sinergias técnicas de controle e de promoção e de percepção de valor pelos consumidores.
 - viii. Em todos os casos estudados no estrangeiro, há, invariavelmente, regras de controle e do uso das marcas bem estabelecidas, com controles concretos, inclusive com o recurso a ensaios laboratoriais, quando pertinente.

- ix. Há iniciativas, como é o caso do Café de Colômbia, que no site da gestora da IG há um mecanismo de compras eletrônicas (marketplace de e-commerce) dirigido ao consumidor final.

4.5.2 Indicações geográficas nacionais

Para os casos brasileiros foi possível observar:

- i. O acesso às informações acerca dos produtos com IG e seus produtores é limitada. De uma forma geral há listas de produtores, mas nem sempre com a identificação dos produtos (tipos, lotes, etc) e as vezes não se tem sequer a informação de quais são os produtores que detém o direito ao uso da Indicação Geográfica. Assim, como nos casos estrangeiros as páginas de internet foram claramente desenvolvidas com objetivos principalmente de promoção e divulgação. Em alguns casos não é possível acessar diretamente o Caderno de Especificações Técnicas, mas em todos os casos há alguma informação à respeito dos critérios e requisitos para os produtores e produtos, mesmo que as vezes sejam informações mais superficiais e gerais.
- ii. Sobre o uso da avaliação da conformidade é fácil de se observar a importância do uso como mecanismo de controle para concessão da Indicação Geográfica. Existem atividades técnicas denominadas como visitas, testes, provas e avaliações, mas fica evidente que a infraestrutura nacional da qualidade é pouco utilizada. A própria terminologia utilizada indica a falta compreensão sobre isto. De fato, há necessidade de amadurecimento dos sistemas nacionais de infraestrutura da qualidade e das próprias IG;
- iii. Com relação ao uso de métodos modernos relacionados com a rastreabilidade dos produtos e das marcas, foram observados:
 - a. métodos clássicos de balanços de quantidades e origens, suportados por sistemas de documentos;
 - b. uso de etiquetagem, incluindo o uso de QR Codes;
 - c. uso de georreferenciamento para assegurar a rastreabilidade desde a origem das matérias ou produtos;
 - d. iniciativa incipiente com o uso de sistemas de rastreabilidade apoiados em *blockchain*;
 - e. assim como nos casos estrangeiros, não foi possível identificar no levantamento outras tecnologias como big data, inteligência artificial ou o uso de nanotecnologia.

4.5.3 Considerações adicionais

Fazem-se ainda as seguintes considerações:

- Indústrias fortes, como a da tequila no México e do café na Colômbia, tem maior poder de ação e capacidade de investimento. Estão desenvolvendo ações de controle e rastreamento de produtos com IG, inclusive com investimento em novas tecnologias;
- Destaque para a Colômbia, que, além das denominações de origem para cafés regionais, conta com uma marca ao nível nacional (Café de Colombia) e passou a utilizar tecnologia *blockchain* para rastreamento e controle da origem deste produto. Somado a isso, tem investido em ferramentas de comercialização online, tanto para o artesanato como para produtos alimentares, a exemplo do café.
- Indústrias menores, como a do artesanato, contam com maior participação do estado para promover as IG, assim como para proteger os direitos de propriedade intelectual de uma comunidade de artesãos indígenas, por exemplo. Nesses casos, os processos de controle e acompanhamento das IG ainda não está bem claro.
- As organizações internacionais pesquisadas promovem a IG como um mecanismo importante e acompanham as iniciativas desenvolvidas nos diversos países do mundo, mas são poucas as

menções a mecanismos de controle e rastreabilidade para produtos com IG, assim como sobre o uso de tecnologia, como *blockchain*. Nota-se que ainda são poucas as iniciativas inovadoras relacionadas às IG.

- Durante as buscas, outras tecnologias foram identificadas no mercado, em uso por empresa privadas, não necessariamente para produtos com denominação de origem, mas que podem ser úteis para compreender o mercado. Vale citar a rede Toks Restaurant, que usa a plataforma de contrato inteligente da Simba Chain para registrar e rastrear cada grão de café comprado, processado, embalado e vendido. Também Bodegas Emilio Moro que começou a colaborar com Cubic Fort, uma startup que fornece tecnologia *blockchain* para certificar a Denominação de Origem. Outra iniciativa da portuguesa Veracruz vai rastrear a amêndoa em Portugal com *blockchain* usando tecnologia brasileira, da Arabyka, startup de Londrina.

5 Entrevistas com organismos e instituições internacionais, entidades regulamentadoras nacionais de IG's de países estrangeiros e entidades nacionais e estrangeiras requerentes e gestoras de IG's.

5.1 Organizações entrevistadas

A partir do levantamento e análise de informações secundárias, foram selecionadas as organizações a serem entrevistadas. A lista completa destas organizações entrevistadas pode ser observada no quadro a seguir:

Nº	Instituição	Contato	Data da entrevista
1	OMPI/WIPO	Alexandra Grazioli	23/05/2022
2	OriGIn	Massimo Vittori	16/06/2022
3	Comissão Europeia	Johan Veechmans Eva Smolenska Katarina Kompari Roberto Priori Adonis Porto Santo	22/06/2022
4	IMPI Mexico	Lic. Mayra Elena Ramos González	06/06/2022
5	SIC- Superintendencia de Industria y Comercio da Colômbia	Juan Pablo Mateus Yazmin Jaime Jaimes	05/07/2022
6	Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia	María José Sánchez	18/05/2022
7	Cafecert	Silvia Tobon e Cheryl Varely Durán Silva	13/06/2022
8	Artesanias de Colômbia	Alexander Parra Peña	18/05/2022
9	Qualifica OriGIn Portugal	Ana Soeiro	14/06/2022

Nº	Instituição	Contato	Data da entrevista
10	Maça Alcobaça	Susana Costa	23/06/2022
11	Instituto Nacional de Origem e Qualidade (INAO)	Alexandre Levy	01/07/2022
12	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	Juliano Tarabal	20/05/2022
13	SINDICER	Luis Gustavo Burian	08/06/2022
14	Cooperativa Agrofamiliar de Cacau do Sul da Bahia	Cristiano de Souza Sant'na	20/05/2022
15	Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus	Fernando Toppel	25/05/2022
16	Associação dos Produtores do Queijo Canastra - APROCAN	Higor Freitas	10/05/22
17	INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial	Pablo Regalado	13/05/22
18	Cooperativa Agrofamiliar Solidária (Coofamel)	Antônio Henrique Schneider	13/05/22
19	Lucca Cafés Especiais	Geórgia Franco de Souza	21/06/2022
20	Associação Brasileira de Cafe Solúvel	Agnaldo José de Lima	08/07/2022
21	EXPOCACCER	Sandra Moraes	15/07/2022
22	Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Caparaó – APEC	José Batista Pavesi	15/07/2022
23	Flowins (Startup)	Iago Junqueira	15/07/2022
24	Alta Mogiana Specialty Coffee - AMSC	Edgar Bressani	18/07/2022
25	Produtor de Cafés Especiais	Marcelo Lima	18/07/2022
26	Produtor de Cafés Especiais	Marcio Custodio	18/07/2022
27	CAPOLIB – Coop agrícola de Boticas, gestora das DOP carne Barrosã e Mel de Boticas	João Paulo Costa	19/07/2022

O relato individual de cada uma das 27 instituições entrevistadas encontra-se anexo a este documento.

5.2 Entrevistas realizadas

RESUMO DA ENTREVISTA OMPI/WIPO

ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS DE IG

Entrevistado: Alexandra Grazioli – Diretora na WIPO responsável pelo *Lisbon System/Registry* (international system for registration and production of Geographical Indications)

Dia: 23/05/2022

Hora: das 13h às 14h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como é a participação dos membros de diferentes países nas ações desenvolvidas pela organização?</p>	<p>A OMPI é um organismo internacional cujos membros são as autoridades nacionais.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existem duas subunidades incluídas numa de maior dimensão que é responsável pelas IG. Como parte do trabalho realizado com o <i>Lisbon Registry</i>, fazem a gestão do registo deste sistema internacional, mas também realizam assistência técnica e formações aos membros do sistema e a países interessados em juntar-se ao sistema. De forma mais geral, dão assistência técnica e implementam o <i>Geographical Indication Project</i> para a proteção e comercialização de IG. - Tem outra unidade que é responsável pelas IG no sentido mais amplo/lato, no que diz respeito a aconselhamento legal/legislativo, algumas atividades de sensibilização ou formação, mas que não estão relacionadas com o <i>Lisbon System</i>. E também a gestão do <i>Standing Committee Trade Mark Design and Geographical Indication</i>, que é um encontro internacional com os membros, duas vezes por ano. <p>O <i>Standing Committee Trade Mark Design and Geographical Indication</i> foi criado em 1998 para servir como um fórum para discutir questões, facilitar a coordenação e fornecer orientação sobre o desenvolvimento progressivo do direito internacional sobre marcas registadas e indicações geográficas, incluindo a harmonização de leis e procedimentos nacionais.</p>
<p>Como é feita a gestão e alimentação da base de dados de IG?</p>	<p>Têm duas bases de dados onde é possível encontrar informação sobre IG.</p>

	<p>1) Lisbon Express: específica para o Lisbon Registry, disponível no site da WIPO. A base de dados é alimentada pela WIPO e é o que está registado no sistema Lisbon. Essencialmente dados de natureza legal das IG e que são fornecidas pelas autoridades nacionais.</p> <p>2) Global Brand Database: contém informação sobre marcas registadas (<i>trademarks</i>), mas também sobre IG ao abrigo do Lisbon System. É um sistema de dupla entrada que permite encontrar informação sobre IG. Alimentada através do <i>Trademark and Lisbon registration</i>. Para marcas registadas (<i>trademarks</i>) têm como base também o registo nacional dos estados-membros. Para IG não têm esta recolha ao nível dos estados-membros. Acha que não existe coleção de outras IG protegidas pelos estados-membros.</p>
<p>Que outras tecnologias digitais são utilizadas pela organização? Quais as motivações para uso dessas tecnologias?</p>	<p>Estão a desenvolver ferramentas de IT para a gestão do Lisbon Registry, como por exemplo uma maior automatização da gestão do registo, isto significa que também estão a desenvolver serviços eletrônicos para o utilizador do sistema que permitem o registo, a gestão do registo (mais ao nível nacional) para que consigam fazer a gestão de todos os registos e ter um portfólio e, depois, possam continuar a gerir a produção das suas IG ao nível internacional. Estão a desenvolver este tipo de ferramentas para os utilizadores/usuários do sistema. Vão fazer uma apresentação sobre este projeto, entre 14 e 16 de junho, no <i>Working Group on the Development of the Lisbon System</i>. Haverá sessão <i>live</i>, mas também será gravado.</p> <p>Novo sistema de registo (<i>e-filing</i>): ao abrigo do <i>Lisbon System</i> todos os países designaram autoridades competentes que fazem a ponte com a WIPO e o utilizador ao nível nacional. Nesta nova versão, um país pode decidir e um produtor pode inscrever-se diretamente pela WIPO, no entanto, até ao momento, nenhum país o fez. Especialmente para as autoridades nacionais, que são parceiros da WIPO parceiros, estes vão encontrar na nova versão um sistema de inscrição de IG para que possam preencher o formulário online, isto vai permitir e facilitar as transações entre eles e se existir algum problema com a inscrição, tudo será gerido dentro da plataforma e depois eles irão receber o certificado de registo. Para a WIPO, permitirá notificar através da Plataforma o novo registo à outra autoridade que, por sua vez, poderá examinar e notificar eletronicamente a outra autoridade acerca da recusa de proteção ou se decidiram conceder a proteção. Também com a funcionalidade de modificar o registo. Em</p>

	<p>suma, todas as transações do sistema serão realizadas através da plataforma.</p> <p>Para os países será interessante porque por um lado poderão saber quais IG têm sob proteção, mas também saber quais os novos países que se juntaram e se houveram pedidos de taxas para os processos de proteção, podendo selecionar quais as IG a pagar com muita mais facilidade. Pelo outro lado, quando um país precisa de examinar, haverá disponível a lista integral de IG que já estão protegidas ou que estes precisam de avaliar num determinado período.</p> <p>Deverá ser uma ferramenta muito útil que permitirá facilitar o trabalho das autoridades nacionais: através desta base de dados centralizada será possível realizar a gestão das IG no seu território. Nesta fase inicial será mais restrito às autoridades, mas se um país decidir pelo registo direto, poderá ser um grupo de produtores ou o proprietário da IG que poderá utilizar o sistema. Neste caso, haverá algumas restrições e apenas terá acesso à sua IG e a informações/dados relacionados com ela (por exemplo, se um país recusar a sua IG, ele poderá reagir ou modificar a sua IG no futuro).</p> <p>Com este novo sistema poderão também ter mais dados sobre IG ao abrigo do <i>Lisbon System</i> e que, posteriormente, podem ser exportados para BD mais gerais de IG. Mas dentro do seu sistema, terão apenas as IG que são protegidas pelo <i>Lisbon System</i>.</p> <p>Tudo o que está ao abrigo deste sistema (+/- 1 000 registos) estará na plataforma, mesmo registos mais antigos já estão inseridos eletronicamente e serão importados para esta nova plataforma.</p>
<p>Que métodos de controle usam para assegurar a autenticidade e qualidade das informações disponibilizadas pelos membros?</p>	<p>Relativamente à BD geral, no que diz respeito ao título de proteção de propriedade intelectual, terá que ser desenvolvido um controle em conjunto com as autoridades nacionais porque é necessária a validação destas.</p> <p>Para o <i>Lisbon System</i>, se no futuro um país decidir que um produtor individual pode registar a sua IG a nível internacional, terá que existir uma autorização pela lei nacional, ou seja, será necessária uma prova que este tem autorização para representar a comunidade. Este é um elemento que têm que desenvolver no futuro.</p>
<p>Quais as principais dores (<i>pain points</i>) e os principais desafios na</p>	<p>Se falarmos da comunidade ou de algumas autoridades de países em desenvolvimento existe uma dificuldade e custo associado à tecnologia.</p>

<p>implementação na iniciativa de disseminação e divulgação das IG?</p>	<p>Definitivamente que o acesso a infraestruturas é uma dificuldade para os pequenos produtores e comunidades em países em desenvolvimento. Por vezes, estas pessoas têm vontade de participar, estão dispostas a doar o seu tempo e a produzir produtos de qualidade, mas não têm dinheiro para investir em tecnologias. Posto isto, seria necessário um investimento na parte administrativa, formação de associações que possam disponibilizar este tipo de infraestruturas (computador, internet, etc.). Deu exemplo de um trabalho que estão a realizar com uma comunidade remota no México que não tem acesso à internet, o que dificulta a comunicação. Este acesso a tecnologias simples pode beneficiar o produto, através da promoção pela internet e rastreabilidade do produto por um QR code, por exemplo.</p> <p>O envolvimento das autoridades nacionais é crucial, especialmente na fase de lançamento das IG. Acha que este investimento tecnológico deve ser realizado pelas autoridades nacionais com apoio de fundos do governo.</p> <p>Em países em desenvolvimento, as IG estão cada vez mais a ser vistas como ferramentas de valor acrescentado. Há um movimento dos mercados nacionais em valorizar os seus produtos. Mencionou um estudo realizado há cerca de 10 anos, sobre o arroz produzido no Togo, em que os consumidores já estavam dispostos a pagar mais para ter um produto local e de qualidade, ao invés de um produto importado mais barato, mas de qualidade reduzida.</p> <p>Necessário investir em mais marketing nacional e aumentar a sensibilização dos consumidores para a qualidade, proveniência e sustentabilidade dos produtos. O consumidor pode até não ter consciência do que é uma IG, mas quer saber a “história” dos produtos que consome e quer ter informações para fazer a melhor escolha.</p>
<p>Qual a percepção sobre os diferentes mecanismos de controle de IG adotados em diferentes países? Há algo que funcione melhor?</p>	<p>Nesta fase, ainda não utilizam nenhuma tecnologia neste sentido. Sabe que existe um interesse e desenvolvimento no que diz respeito a mecanismos de controle e certificação de IG, como por exemplo a utilização da tecnologia blockchain e, provavelmente, outras tecnologias que possam ser desenvolvidas. Neste momento, com os projetos que têm no terreno não estão a considerar tecnologias a este nível. No entanto, estão abertos/disponíveis a considerar e analisar este tipo de tecnologias.</p> <p>Referiu que estão a gerir um projeto no Senegal onde já estão a pensar incluir um QR code com informação</p>

	<p>completa para o consumidor, mas ainda em fase embrionária.</p>
<p>O que tem sido observado de interessante e inovador para melhorar o controle e a rastreabilidade de produtos com IG?</p>	<p>Nesta fase, ainda não utilizam nenhuma tecnologia neste sentido. Foi referida a tecnologia blockchain e o QR Code como tecnologias interessantes a serem desenvolvidas. Relativamente à tecnologia de georreferenciação recebem alguns pedidos de informação sobre a localização/origem dos produtos. Têm conhecimento desta tecnologia, mas de forma superficial. Nesta fase não sabem como poderiam colaborar. Acha que seria mais interessante para as autoridades nacionais desenvolverem em conjunto com os produtores.</p>
<p>Como estimular que mais países e organizações gestoras de IG invistam na adoção e aprimoramento de mecanismos de controle e rastreabilidade? Quais os principais desafios e dificuldades?</p>	<p>A área de certificação não é uma especialidade da WIPO, trabalham mais com consultores/experts externos. Refere que controle e certificação adicionam custos ao produto e ao valor de produção destes.</p> <p>Neste momento, o que tentam fazer é explicar ao produtor e à autoridade nacional que é importante que o produto seja controlado e, se possível, certificado. Da experiência que têm, em países em desenvolvimento, numa fase inicial para pequenas IG e pequenos produtores que não tenham tanto dinheiro para investir, pode ser importante que as autoridades nacionais assumam o papel de certificadores e verificadores, ajudem assim neste processo de certificação, que verifiquem como ele é realizado. Acha que pode ser uma tendência.</p>
<p>Como realizam a interface com o mercado? Há estatísticas da base de dados, como perfil do usuário, acessos, informação de maior interesse etc.?</p>	<p>No Lisbon Express são maioritariamente autoridades e investigadores que querem saber qual é a situação atual do Lisbon System, assim como advogados de propriedade intelectual (<i>IP lawyer</i>) que podem ter interesse em saber, de forma exacta, o que é produzido e onde. Relativamente ao público em geral, os acessos serão em menor número.</p> <p>Relativamente ao Global Brand Database, o público-alvo será o mesmo. Provavelmente, existem mais agentes de registro de marcas/agentes de PI (<i>trademark agents</i>) a utilizar esta BD para saber qual a situação nos diferentes países, mas também alguns indivíduos que queiram proteger a sua marca registada e saber qual a situação num determinado país.</p> <p>A BD é extensa, mas a maior parte dos dados é relativo a marcas registadas. As IG representam uma pequena parte.</p>
<p>Qual a relação de um controle eficaz com a agregação de valor perceptível pelo consumidor?</p>	<p>O consumidor ainda não entende o que é IG, apesar de desejar saber a “história” dos produtos que consome. Definitivamente que o elemento de comercialização,</p>

	<p>branding e experiência é uma nova tendência de marketing. O controlo eficaz da IG tem que ser assegurado, mas é necessário e importante dar mais ao consumidor para além da informação técnica.</p> <p>Uma nova tendência é que as IG estão a ser consideradas como uma ferramenta para o desenvolvimento rural sustentável. Estas novas tecnologias também devem ser utilizadas para mostrar ao consumidor o que estão a comprar, de onde vem o produto, de que forma é produzido e, ainda, demonstrar o porquê de eventualmente pagarem um preço mais elevado por um produto mais sustentável.</p>
O que estão planejando para o futuro?	Estão a considerar reunir informações sobre estudos de caso relativamente a IG, exemplos como as IG são produzidas noutros países. Estão a pensar desenvolver no site da WIPO e ter mais informações sobre casos de estudo específicos. Mais para o público em geral.
Há perspectiva de aprimorar a base de dados? Se sim, que tipo de informações ou ferramenta está sendo considerada?	<p>Como mencionado anteriormente, a Lisbon Express é limitada ao que está registado, estão a tentar aprimorar a base de dados com ferramentas estatísticas mais detalhadas. Estão a automatizar a gestão do registo, portanto como resultado dessa automatização podem, no futuro, desenvolver mais informações analíticas.</p> <p>Existe reflexão dentro da WIPO para desenvolver, no futuro, a recolha de IG também a nível nacional.</p> <p>Têm uma ideia, em fase de reflexão, para construir mais uma base de dados específica para IG a nível mundial.</p>

Outras Informações

- Gostava de saber quando o estudo for publicado. Tem muito interesse na informação.

RESUMO DA ENTREVISTA ORIGIN

ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS DE IG

Entrevistado: Massimo Vittori – Director-geral da oriGIn (Global Alliance of GI Groups)

Dia: 16/06/2022

Hora: das 14h às 14h45

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Como é a participação dos membros de diferentes países nas ações	Tem duas categorias: os Membros (<i>Full Members</i>) e os Membros Associados (<i>Associated Members</i>).

<p>desenvolvidas pela organização? / Quem são os principais membros da oriGIn? (<i>GI owners and managers, national managers, etc.</i>)</p>	<p>Membros: Podem ser associações que representam uma IG, isto é, grupos individuais que representam, a título de exemplo, o queijo parmigiano regiano, champagne, café da Colômbia, tequila, etc. Podem também ser associações que representam todas as IGs de um setor, como por exemplo a Italian GI Wines. Por último, também existem associações que representam todas as IGs de um país, como a oriGIn Perú.</p> <p>Membros Associados: Universidades, centros de pesquisa, escritórios de advocacia, especialistas individuais, órgãos de controle e escritórios/organizações de Propriedade Intelectual como o Swiss Federal Institute of Intellectual Property.</p>
<p>Como é feita a gestão e alimentação da base de dados de IG?</p>	<p>Tem uma BD com a lista de todas as organizações associadas. Fazem a gestão desta BD internamente, sendo de gestão relativamente fácil devido ao número relativamente baixo de associações.</p> <p>Tem outra BD pública, lançada em 2017, que apresenta uma compilação global de todas as IGs protegidas no mundo (e não apenas as IGs dos seus membros): https://www.origin-gi.com/worldwide-gi-compilation/. Até ao momento têm 9 047 entradas, mas sublinha que esta não está completa, estimando-se cerca de 12 000. É um trabalho em progresso e, neste momento, centralizado na oriGIn. Gostariam que esta BD tivesse uma estrutura descentralizada, com a possibilidade de cada nova IG reconhecida ou autoridades nacionais de fazer o <i>update</i> da informação na BD.</p>
<p>Quem são os principais utilizadores desta BD?</p>	<p>Refere que maioritariamente escritórios de Propriedade Intelectual (IP offices), para que estes possam compreender e implementar as suas obrigações legais. A título de exemplo, o Swiss Office, quando recebe pedidos de marca registada, têm que ver se existe conflitos com IGs. Se for o caso de uma IG estrangeira, não protegida na Suíça, eles recorrem a esta BD para saber onde estabelecer os limites de proteção.</p> <p>Também trabalham muito com Organizações Internacionais de Cooperação, sendo muito útil para pesquisa. Não acha útil para os consumidores porque apresenta uma linguagem muito técnica e legal. Para o consumidor teria que ser outro tipo de informação, como a geolocalização, fotos etc. É útil também para grupos de IGs, proprietários e beneficiários, para poderem saber onde estão protegidos.</p>

<p>Que outras tecnologias digitais são utilizadas pela organização? Quais as motivações para uso dessas tecnologias?</p>	<p>Com a pandemia, a utilização de algumas tecnologias digitais básicas como o Zoom que lhes permitem chegar a mais pessoas/organizações tornou-se mais recorrente, o que também é uma mais-valia para a gestão de custos de deslocação nas reuniões internacionais, nomeadamente quando estão em causa países em desenvolvimento. Desde o início da pandemia já organizaram mais de 40 eventos online (não estão gravados) e assim conseguiram chegar a mais pessoas/organizações.</p> <p>Tendo em conta o propósito da organização neste momento, não precisam de tecnologias de Inteligência Artificial para monitorizar a utilização de um nome no mercado, ou num <i>domain system</i>. Tem conhecimento de alguns grupos de utilizam IA para receber um input a cada vez que o seu nome é utilizado nas grandes plataformas eletrônicas de venda, como Amazon, AliBaba etc. ou se um website de segundo nível (<i>second level domain</i>) está registado e em concordância com a IG. Não necessitam destas tecnologias porque defendem um sistema geral.</p>
<p>Que métodos de controle usam para assegurar a autenticidade e qualidade das informações disponibilizadas pelos membros?</p>	<p>As informações são fornecidas pelas organizações associadas.</p>
<p>Quais as principais dores (<i>pain points</i>) e os principais desafios na implementação na iniciativa de disseminação e divulgação das IG?</p>	<p>Pelas respostas precedentes, não evidenciaram grandes tendências a digitalização nos seus processos, pelo que a pergunta não foi aplicada diretamente.</p>
<p>Qual a percepção sobre os diferentes mecanismos de controle de IG adotados em diferentes países? Há algo que funcione melhor?</p>	<p>Alguns grupos de IGs utilizam Inteligência Artificial para monitorizar. As IGs que apresentam volumes de exportação relevantes têm, habitualmente, problemas de violação/infrações (<i>infringment</i>). Estes utilizam consultores específicos, entidades de controlo, ou escritórios de advocacia que fazem este tipo de monitorização recorrendo a IA. Exemplos para contacto: Tequila, Champagne, Conhaque, Scotch whisky, café da Colômbia. Tem conhecimento que utilizam estas tecnologias de monitorização, mas não sabe quais em específico.</p> <p>Também trabalham muito com as alfândegas. Sugeriu entrar em contacto com a <i>European Union Intellectual Property Office</i> (EUIPO), eles têm o Giview – uma BD que reúne as IGs protegidas na Europa que está interligada à BD da Europol Information System (EIS) para, por exemplo, reconhecimento de produtos falsos. [a plataforma GIVIEW</p>

	<p>foi objeto da entrevista com a Comissão Europeia – DGAGRI.]</p> <p>Ao nível de autoridades nacionais não tem conhecimento da utilização deste tipo de tecnologias. Ao nível europeu, as autoridades nacionais estão ligadas à plataforma GIView.</p>
<p>O que tem sido observado de interessante e inovador para melhorar o controle e a rastreabilidade de produtos com IG?</p>	<p>Acha necessário existir uma terceira parte independente que controla e assegura o processo de autenticidade e qualidade do produto. Passa por dar credibilidade ao sistema e sobrepõem-se também com o tema da sustentabilidade do produto, no sentido em que nas IGs já existe uma especificação pormenorizada do produto, mas os consumidores, cada vez mais, querem saber mais sobre a sustentabilidade dos produtos que compram (condições de trabalho, impacto no ambiente etc.). Depois de ter esta informação reunida é necessário comunicá-la de forma credível e, como tal, este terceiro elemento é essencial.</p> <p>Não acha necessário que tenha que ser, no imediato, uma entidade privada. Referiu o caso do Brasil, em que se pode iniciar por uma entidade pública no âmbito de um dos ministérios já existentes envolvidos com as IGs. Considera que o autocontrole por parte dos produtores é importante, mas deve ser complementado com o trabalho de uma terceira parte independente que fornece a credibilidade e transparência das informações.</p> <p>A inclusão de aspectos ambientais e, de maneira mais ampla, de sustentabilidade nas IGs é, sem dúvida, uma tendência. Ao nível da União Europeia há discussões na reforma do sistema das IGs para encorajar e, pelo menos, dar a possibilidade de incluir aspetos de sustentabilidade nas especificações do produto.</p>
<p>Como estimular que mais países e organizações gestoras de IG invistam na adoção e aprimoramento de mecanismos de controle e rastreabilidade? Quais os principais desafios e dificuldades?</p>	<p>Acha importante e interessante, alguns métodos utilizados de rastreabilidade e de comunicação com o cliente, como por exemplo o QR code no café da Colômbia que dá acesso ao <i>storytelling</i> do produto, mas não tem conhecimento de novas tendências relacionadas com estes aspetos.</p>
<p>Como realizam a interface com o mercado? Há estatísticas da base de dados, como perfil do usuário, acessos, informação de maior interesse etc.?</p>	<p>Isso está fora do âmbito de atuação do Origin.</p>
<p>Qual a relação de um controle eficaz com a agregação de valor perceptível pelo consumidor?</p>	<p>Não perguntamos</p>

O que estão planejando para o futuro?	Gostariam de criar uma plataforma descentralizada onde entidades registradas/autorizadas, tais como grupos de IGs e escritórios de Propriedade Intelectual (IP offices), pudessem alimentar com informação relativa a IGs.
Há perspectiva de aprimorar a base de dados? Se sim, que tipo de informações ou ferramenta está sendo considerada?	Gostariam de criar uma plataforma descentralizada onde entidades registradas/autorizadas, tais como grupos de IGs e escritórios de Propriedade Intelectual (IP offices), IP offices pudessem alimentar com informação relativa a IGs.

Outras Informações

- Até a data a OriGIn representa cerca de 600 associações de produtores e outras instituições relacionadas com as IGs de 60 países. O principal objetivo desta ONG é promover a proteção legal efetiva e fiscalização das IGs ao nível nacional, regional e internacional, por meio de campanhas dirigidas aos decisores políticos, os media e ao público em geral, mas também promover as IGs como ferramenta de desenvolvimento sustentável para produtores e comunidades.
- Contactar *European control bodies* (autoridades nacionais ou organizações de controle acreditadas), tais como a Valoritalia (em Itália) e a Certipaq (em França) que desenvolvem várias ferramentas e tecnologias de rastreabilidade e controle de IGs.
- Na OriGIn trabalham mais com a proteção, seguem negociações e novas leis, propõem adendas/aditivos, fazem bastante sensibilização para explicar o conceito em países que estão a iniciar estes processos. Não trabalham com promoção no mercado.
- Acha que a sensibilização no mercado resulta de forma coordenada e mais ao nível nacional. Por exemplo, com duas reconhecidas IGs que são tomadas como exemplo.
- Relativamente a sugestões finais, reforçou o tema da sustentabilidade e de como a tecnologia pode ajudar/ligar estes dois aspetos. Referiu que muitas IGs já têm no seu *core* aspetos de sustentabilidade muito vinculados (produtos locais, tradicionais etc.), mas é necessário saber comunicá-los ao consumidor.

RESUMO DA ENTREVISTA COMISSÃO EUROPEIA

ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS DE IG

Entrevistados:

Johan Veechmans - Coordenação do Gview dentro da Direção-Geral da Agricultura da Comissão Europeia;

Eva Smolenska – Trabalha com o Sistema e-Ambrosia;

Katarina Kompari – Trabalha no Departamento Legal da EUIPO;

Roberto Priori – Business Analyst no Departamento de Transformação Digital da EUIPO;

Adonis Porto Santo – IT Project Manager da ferramenta Gview (Departamento de Transformação Digital da EUIPO).

Dia: 22/06/2022

Hora: das 14h às 15h10

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Visão geral do uso de ferramentas digitais na operação dos sistemas. Como funciona da BD? Que informações contém?</p>	<p>Glview é uma BD de pesquisa/website. eAmbrosia é a plataforma utilizada para registo. A informação contida no Glview está dividida em duas partes:</p> <p>1) os dados registados que são retirados do sistema de registo eAmbrosia. Os dados registados contêm o país de origem da IG, número do arquivo/registo (<i>file number</i>), datas importantes, categoria do produto, <i>links</i> para publicações oficiais no Jornal Oficial, qualquer proteção da IG em acordos internacionais.</p> <p>2) as informações adicionais (<i>extended data</i>) que vêm dos registos da Comissão Europeia. Estes dados podem ser (mas não devem ser) adicionados pelas autoridades locais ou por qualquer outra entidade do grupo que esteja autorizada, pelas autoridades locais, a adicionar informações suplementares a um cartão de identificação da IG (<i>GI ID card</i>). A título de exemplo, as informações suplementares podem ser o mapa da área geográfica, a definição da área geográfica, a autoridade nacional, os grupos de produtores, os órgãos de controle e as autoridades podem ainda adicionar fotografias do produto.</p> <p>A pesquisa pode ser realizada por país, por categoria de produto, etc. Os resultados da pesquisa podem ser extraídos, os <i>GI ID cards</i> também podem ser extraídos para qualquer propósito.</p>
<p>Como é feita a gestão e alimentação da base de dados de IG?</p>	<p>Quando o projeto Glview foi iniciado era claro que tinham públicos diferentes. Quando temos públicos diferentes, como os beneficiários das IG, autoridades de controlo, autoridades de fiscalização (<i>enforcement authorities</i>) e o público em geral (não os consumidores) é necessária uma ferramenta que preencha todas estas diferentes funções. Por um lado, há o eAmbrosia que é um registo, e como tal, não apresenta todas as funcionalidades que devem ser promovidas para as IG, como serem mais visíveis e familiares para todo o público. É este um dos principais propósitos do Glview.</p> <p>Relativamente aos dados oficiais, é importante realçar que o Glview, além dos dados do eAmbrosia que recebe diariamente através de uma sincronização automática, também apresenta dados oficiais de acordos internacionais, que não existem no eAmbrosia. No Glview é</p>

possível encontrar uma IG de países fora da UE protegida na EU, mas também uma IG da UE protegida em países fora da UE.

No que concerne aos dados adicionais, tal como mencionado anteriormente, pode incluir mapas e fotos de produtos e o que as autoridades de controlo podem procurar quando estão perante um produto falso. Também existem informações, que pode ser codificada, e que servem dois propósitos: fins de controle ou fins promocionais/marketing. Tal, dá a oportunidade aos beneficiários de decidir como querem promover os seus produtos. Também incluíram a “declaração de sustentabilidade” (*sustainability statement*), que é um tópico/tendência relevante no momento, e quem desejar fazer uma declaração nesse sentido pode fazer. Portanto, os consumidores têm disponível informação de fácil leitura e compreensão, assim como visualmente agradável.

O Glview tem um *back office*. Para utilização deste *backoffice* disponibilizam formação para todos os Estados-membros e para países fora de UE que solicitam formação para a utilização do Glview no que concerne à *extended data*. É fornecido apenas um login às autoridades competentes dos Estados-membros e dos países fora da UE, normalmente Ministérios da Agricultura, para aceder ao *back office* do Glview. A autoridade competente são os verificadores da informação e é opção de estes incluir ou pedir ajuda aos grupos de produtores para o preenchimento das informações. São eles que têm a “caixa de verificação” no *back office* e que validam a informação publicada. Outro dado importante é que neste *back office*, as autoridades competentes têm a opção de ligar a informação ao IP Enforcement Portal, que é a Plataforma da UE dedicada à gestão de pedidos de ação aduaneira (AFA) e de lidar com questões de aplicação de DPI. Desta forma, através da ligação destas duas BD, é possível uma validação mais eficiente e credível da informação.

Os Estados-membros, através das autoridades competentes que têm acesso ao eAmbrosia, enviam as candidaturas, isto depois de todo o processo de verificação e avaliação ser aprovado. De seguida, os registos são transferidos diariamente para o Glview. A partir do momento em que os dados transferidos estão disponíveis no Glview, as autoridades competentes autorizadas podem adicionar informação. O segundo aspecto está relacionado

	<p>com as IG da UE e IG de fora da UE protegidas por acordos internacionais. Esta informação é enviada por um canal diferente. Estes dados são validados internamente, tendo como base os acordos internacionais e o contacto próximo com as unidades internacionais. Esses dados são revalidados, e a partir desse momento os países fora da UE têm acesso à sua área privada e podem complementar informação às suas IG.</p>
<p>Que outras tecnologias digitais são utilizadas pela organização? Quais as motivações para uso dessas tecnologias?</p>	<p>Sugeriu pesquisar o Projeto “Africa GI Database” – Protótipo foi lançado em 2020. O princípio é o mesmo, querem agrupar IG de Africa, mas não se limitando a IG relacionadas com a agricultura.</p> <p>Em termos de marcas registadas, estão a utilizar a tecnologia de blockchain para registo do IP. Têm um projeto neste âmbito, mas é para criar um registo, não para rastrear um item ou produto. A informação que entra no blockchain fica inalterada, auditável, ou seja, um registo altamente credível e rastreável.</p> <p>Não utilizam nada relacionado com QR codes.</p>
<p>Quais as principais dores (<i>pain points</i>) e os principais desafios na implementação na iniciativa de disseminação e divulgação das IG?</p>	<p>A dificuldade não está na parte técnica. A real dificuldade é o <i>user engagement</i>. Como fazer que as autoridades competentes forneçam a informação adicional e de forma homogênea.</p> <p>Uma das oportunidades na era da digitalização é criar links entre diferentes projetos. A título de exemplo, sempre que uma IG é mencionada nas <i>guidelines</i> pode ter um link direto para o GIview. Este tipo de iniciativas é o que a Comissão Europeia pode fazer como mediadores para aumentar a sensibilização, conhecimento e visibilidade relativamente às IG.</p>
<p>Qual a percepção sobre os diferentes mecanismos de controle de IG adotados em diferentes países? Há algo que funcione melhor?</p>	<p>A parte de controle de IG está sob a alçada dos Estados-membros. Cada registo contém uma prova ou declaração do controle que é realizado pelos mesmos. De tempos a tempos, existe controle por parte da Comissão Europeia.</p>
<p>Relativamente ao sistema brasileiro, acham relevante que os mecanismos de controle e rastreabilidade estejam em ambos os lados, quer do consumidor, como das autoridades competentes?</p>	<p>São a favor da transparência, o que é importante para ambos os lados (consumidores e autoridades competentes). Os consumidores estão cada vez mais conscientes do que consomem. No registo das IGs existe um campo onde este tipo de informações de como o país faz o controle e rastreabilidade dos produtos. tem de ser preenchida, principalmente por países fora da UE. Estas informações são importantes para o consumidor, mas também para as autoridades competentes.</p>

<p>Como estimular que mais países e organizações gestoras de IG invistam na adoção e aprimoramento de mecanismos de controle e rastreabilidade? Quais os principais desafios e dificuldades?</p>	<p>A questão não é diretamente "aplicável".</p>
<p>Como realizam a interface com o mercado? Há estatísticas da base de dados, como perfil do usuário, acessos, informação de maior interesse etc.?</p>	<p>Referem que a iniciativa de convidar chefes a cozinhar com produtos IGs foi muito bem recebida pelo público. Outra iniciativa utilizada pelo departamento de promoção é a presença das IGs nas redes sociais. Quando uma nova IG é aprovada é publicado no Twitter, Facebook e outros canais da Comissão Europeia. Outra tendência é a disponibilidade da informação sobre um país também publicado nas redes sociais.</p> <p>A informação adicional também é uma ótima ferramenta para chegar ao público, porque é informação de leitura mais fácil do que um documento legal.</p>
<p>Qual a relação de um controle eficaz com a agregação de valor perceptível pelo consumidor?</p>	<p>A questão não é diretamente "aplicável".</p>
<p>O que estão planejando para o futuro?</p>	<p>Refere que é um desafio constante, neste tipo de BD, saber como chegar ao público. Um dos objetivos para o futuro é conseguir alcançar mais público e aumentar a visibilidade das IG na Europa e no mundo. Uma das ideias, é efetivamente a utilização de um QR code junto ao logótipo PDO e PGI, o que aumentaria a visibilidade do que fazem e das IG para o público em geral.</p>
<p>Há perspectiva de aprimorar a base de dados? Se sim, que tipo de informações ou ferramenta está sendo considerada?</p>	<p>Utilização de tag names e outros métodos para refinar os dados, a sua "granulometria" dentro das categorias de produtos, para potencializar o seu uso.</p>

Outras Informações

- O Sistema Ambrosia é o registo oficial de IG da UE. Inclui IG da UE que advêm de candidaturas/incrições diretas e os dados legais que estão no sistema são transferidos para o Glview que é suportado pelos colegas do EUIPO.
- Têm um link que podem partilhar com uma demo do que pode ser encontrado e como pode ser encontrado no Glview.
- O IP Enforcement Portal está sob a alçada do EUIPO Observatory e tem como principal objetivo aglutinar todas as informações necessárias para autoridades alfandegárias, autoridades policiais, etc.

RESUMO DA ENTREVISTA IMPI México

ENTIDADE GESTORA NACIONAL DE IG

Entrevistado: Lic. Mayra Elena Ramos González

Dia: 06/06/2022

Horário: 16h às 16h45

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Como é feito o controle e monitoramento das DO após o registro?	<p>Tem mais experiência com DO. Só em 2018 tiveram mudança na lei de propriedade industrial que começaram a proteger as IG. Anteriormente estavam protegidas, mas não era permitido o registro de IG como marca, sistema focava na DO.</p> <p>Mexico faz parte do Tratado de Lisboa, e controlavam e controlam a titularidade da DO nacionais e estrangeiras para gerir a solicitação de uso de marcas por terceiros, sem autorização dos titulares.</p> <p>Após autorizado o uso de DO, dado que o estado mexicano é o titular das DO, existem procedimentos para controlar. O primeiro passo é gerar uma norma mexicana, com os requisitos que devem ser seguidos para atender as diretrizes de uso da DO pelos requerentes. Para emitir a norma se chama as partes interessadas e o Ministério da Economia (direção geral de normas), baseada na própria declaratória de reconhecimento emitida pelo IMPI. Depois de publicada a norma oficial mexicana, autorizam uma entidade certificadora para realizar os exames correspondente para ver se o produto cumpre todos os requisitos da declaração da DO e a norma.</p> <p>Tequila é o principal exemplo que possuem, e nesse caso é o Conselho Regulador de Tequila que se encarrega de verificar o cumprimento dos requisitos. E ele quem faz toda a rastreabilidade. IMPI da autorização de uso de uma DO, desde que o requerente/produtor cumpra a norma e as diretrizes de uso, e esteja dentro da zona indicada.</p> <p>O órgão certificador é que atesta se o produtor está cumprindo a norma.</p> <p>Produtor pede ao IMPI para fazer uso da DO, e após efetuar cadastro e pagar taxa (menos de 100\$), desde que atendam a norma, é emitido ofício autorizando o uso. O ofício emitido pelo IMPI deve ser levado pelo produtor ao CRT</p>

	<p>para se inscrever como usuário autorizados para o uso de DO. Esse ofício também é requerido para outros tramites, em especial para exportação. Escritórios internacionais do CRT que controlam e fazem o rastreamento fora do país exigem isso para assegurar que o produto exportando tem sua origem garantida.</p> <p>Tequila tem duas normas – uma para produtos envasado na origem, e outra para entrega do produto a granel, permitindo que o produto seja envasado fora do México. As empresas que fazem esse envasamento fora do país devem solicitar autorização junto ao IMPI e ao CRT. Estabelecem um convênio com essas empresas que se responsabilizam em seguir as normas oficiais mexicanas e os requisitos da declaração de proteção de origem. Rastreamento disso é feito pelo CRT.</p> <p>Para exercício de direitos, em caso de denúncia de algum problema nesses mecanismos, têm dispositivos legais que permitem que eles abram processos para sanar fraudes ao consumidor.</p> <p>No caso de mescal, há mais de uma entidade que certifica a qualidade e o cumprimento da norma e dos requisitos da declaração de proteção de origem. Como são mais certificadoras, nesse caso há mais controle a respeito do tipo de produto que será comercializado, sendo exigido que tenham marca registrada no país e que o produto seja envasado no México.</p> <p>Outras iniciativas de DO ainda não avançaram muito no país. Pouca experiência, pois outras iniciativas demoraram muito para criar a norma mexicana e estruturar uma organização para controle, a exemplo do CRT.</p> <p>Acordos celebrados pelo país, asseguram a proteção recíproca de produtos e DO com outros países.</p> <p>CRT faz o controle e seguimento de quem tem a autorização de uso, somente se eles acionam, o IMPI se envolve.</p>
<p>Quais são as principais dores e desafios detectados no controle, bem como as soluções que você desenvolveu/ou continua desenvolvendo para eliminar os problemas?</p>	<p>É complexo, e depende da DO, em especial no caso do Mescal, que não tem uma organização única que faz a certificação e assegura a rastreabilidade de todos. Indicou que nesse caso o importante é que os autorizados compreendam que todos precisam atuar juntos e unir esforços para assegurar o controle e qualidade do produto. Custos também é um desafio para levar a cabo as políticas, a exemplo do CRT, que consegue ter controle em outros país.</p>

	<p>Não sabe se CRT já usam blockchain, “devem ter”. Contam com selo de marca d’água.</p>
<p>Como o órgão gerencia a divulgação da DO?</p>	<p>Recentemente avançaram e colocaram na página da internet do IMPI listas com as DO e IG, com informação sobre a base jurídica relacionada. O passo seguinte é avançar para indicar quantos usuários autorizados há para cada DO e IG, qual o tempo de vigência e quais as marcas (mexicana ou internacionais) autorizadas.</p> <p>A base de dados está em Excel. Ainda falta muito por avançar.</p>
<p>Possui alguma tecnologia digital que permita ao consumidor verificar todo o processo referente ao produto com DO?</p>	<p>Conta com sistema interno que permite identificar quem são os autorizados e qual marca utilizam, estão trabalhando para que esse sistema possa ser utilizado por todos os usuários, mas isso ainda está sendo trabalhado.</p>
<p>Como você controla o uso do selo DO?</p>	<p>Temas titânicos e sensíveis para desenvolver em forma de sistemas. Por exemplo nas aduanas, poderiam verificar na base de dados para autorizar ou não a entrada de produtos. Ainda não avançaram muito, apenas a questão de marcas é verificada, no caso de DO ainda estão bastante atrasados.</p> <p>O que o IMPI gerencia é para que a elaboração de uma nova norma não se sobreponha com outra já publicada, ou mesmo questões de vinculação de normas. Mas os usuários não têm acesso aos detalhes desses processos, havendo muito para avançar ainda.</p>
<p>Tem contato direto com entidades gestoras de outros países, a fim de criar mecanismos semelhantes de controle e troca de informações?</p>	<p>No caso da tequila sim, em todos os níveis de governo, ONG e outras organizações privadas participam. O CRT participa da Origin, IMPI também é convidado para participar desses fóruns, mas não sinalizou envolvimento.</p> <p>Possuem agora 3 solicitações de declarações de proteção de IG, onde o esquema é diferente da DO. Não é mais exigida a elaboração de uma norma mexicana e a vinculação com uma entidade certificadora, que é autorizada pela Secretaria de Economia. Agora as IG vão ter uma espécie de regulamentação própria, em que uma pessoa vai se encarregar de certificar que atendem as regras de uso definidas na solicitação inicial, o que vai exigir que sejam muito mais ativos, pois não vai haver autoridades adicionais ao IMPI. Caberá a eles indicar, por exemplo se há outras normas adicionais que a IG deverá atender, como de saúde e segurança.</p> <p>IMPI enfrenta agora um novo desafio, já que no caso das 3 solicitações de IG, relacionadas a artesanato, caberá ao órgão acompanhar o processo e verificar o uso da IG, assim</p>

	<p>como ter uma relação mais próxima com as entidades gestoras, pois não haverá um organizamos certificador.</p>
<p>Em 10 anos, como você espera a evolução das DO?</p>	<p>Foco no desenvolvimento de sistemas, para que os usuários tenham o mesmo nível de informação que o IMPI possui.</p> <p>Possuem compromisso de nível internacional, como T-MEC, para ampliar o acesso a informações, obrigação de dar transparência no que tange as DO e IG. Afinal, as informações manejadas pelo Instituto são pública e podem ser solicitadas diretamente ao órgão, com exceção de questões relacionadas a patentes ou outras com caráter sigiloso.</p>
<p>Existem planos para implementar melhorias em um futuro próximo?</p>	<p>Desenvolvimento de sistemas abertos para DO e IG, como há para sistema de marcas. Estão pensando para o futuro ter essa base de dados em um sistema integrado (Ex. vinculado com marcas), para facilitar análises.</p>
<p>Quais são os principais motivos para a expiração do DO?</p>	<p>Tem previsto na legislação os motivos para expiração, mas nunca ocorreu. O que estão analisando agora diz respeito ao artesanato de Olinalá, pois as condições que deram origem deixaram a existir, já que a madeira da árvore de Olinalá está deixando de existir. Por isso estão analisando a possibilidade de usar outras madeiras, preservando algumas características do artesanato, como desenhos e processo de pintura. Publicaram uma consulta pública para ver se haveria objeções e estão atuando nisso.</p> <p>No caso da concessão de autorizações, podem anular o processo caso sejam informados dados falsos, por exemplo. Raramente aparecem essas questões. Tem conhecimento de um cancelamento de uso de marca, que foi iniciado pelo CRT por uso indevido, que ainda está tramitando em juízo.</p> <p>IMPI pode iniciar ações de infração relacionadas ao uso de marcas e patentes, como previsto em lei.</p>

Outras Informações

- Trabalhos como esse do Brasil pode colaborar com eles também.
- Gostaria de ter acesso ao resultado do estudo.

RESUMO DA ENTREVISTA Superintendência de Indústria e Comércio da Colômbia

ENTIDADE GESTORA NACIONAL DE IG

Entrevistado: Juan Pablo Mateus e Yazmin Jaime Jaimes

Dia: 05/07/2022

Horário: 12h30 às 13h10

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como é feito o controle e monitoramento das DO após o registro?</p>	<p>Uma vez que a SIC delega a autorização de uso da DO para uma associação, cabe a essa organização a faculdade de administrar / fazer a gestão dessa DO com tudo que implica. Isso envolve a autorização de uso da DO para os produtores associados, ações de controle e rastreabilidade, publicidade da DO. Cabe a associação ainda o envio anual a SIC de um relatório sobre pontos específicos, como por exemplo o que estão fazendo, quantos autorizados possuem, se fizeram publicidade ou não, ações de monitoramento.</p> <p>O envio dos documentos pode ser em meio digital ou físico, caso cheguem em meio físico internamente na SIC é feita a digitalização deles para anexá-los ao sistema. Estão promovendo o envio da documentação e os relatórios em meio digital pela facilidade e agilidade no processo.</p> <p>Vigilância e controle está a cargo da associação administradora da DO, pois conhece a dinâmica relacionada a produção e mercado do produto, assim como tem contato direto com os associados.</p> <p>Nos últimos anos estão fortalecendo os canais de comunicação com essas organizações, realizando mesas de trabalho e reuniões para identificar as oportunidades e como a SIC pode apoiar essa agenda.</p> <p>Estão trabalhando na sensibilização, por exemplo no ano passado publicaram um documento de referência para facilitar a elaboração do relatório anual das DO. O intuito é fazer chegar as associações as informações e ferramentas para que eles possam gerenciar e buscar a sustentabilidade nos seus processos.</p>

<p>Quais são as principais dores e desafios detectados no controle, bem como as soluções que você desenvolveu/ou contínua desenvolvendo para eliminar os problemas?</p>	<p>É chave que todas as DO contem com uma organização gestora, fundamental para administrar todas as frentes de trabalho.</p> <p>Seguir fortalecendo o tema associativismo, para que essas organizações se organizem melhor e tenham mais recursos financeiros, técnicos e administrativos para potencializar as DO.</p> <p>No que diz respeito ao envio dos relatórios pelas DO, é certo que sempre se poderia fazer mais, trata-se de um desafio constante para as associações e para a SIC. Como algumas regiões e associações tem restrição de acesso à internet, a SIC também recebem documentação em meio físico.</p> <p>Um dos desafios é fazer com que as pessoas, em especial o produtor, compreendam o que é uma DO, e seus benefícios. Inclusive fazê-los compreender como utilizar outras ferramentas de propriedade intelectual aliadas. Falso entendimento de que apenas obtendo a DO vai se obter maior lucro com os produtos.</p> <p>Outro desafio é fortalecer os processos de socialização em um território, para buscar a integração dos produtores de modo que desde o início do processo todos se sintam incluídos, e não haja rupturas. O intuito é que todos os produtores possam participar do processo de solicitação de uma DO e se sintam representados, com isso a administração da DO funcionará melhor.</p> <p>Outro desafio é fazer as associações entenderem que é preciso ter uma estratégia integral, comercial e jurídica, pois a DO é um meio e não um resultado em si. Necessário estratégia para chegar ao mercado de modo que o consumidor possa reconhecer o valor agregado, e resguardar a DO para que se evite o uso indevido.</p>
<p>Possui alguma tecnologia digital que permita ao consumidor verificar todo o processo referente ao produto com DO?</p>	<p>Todos as informações que recebem das associações sobre as DO estão organizadas em um sistema digital de Propriedade Intelectual, denominado SIPI. O consumidor pode pesquisar diretamente na página da SIC, quais são os produtores autorizados de uma DO. No sistema consta informação sobre o número do certificado, o nome da denominação, a etiqueta utilizada, a vigência, a situação (registrada, em análise, ou expirada) e o titular. Assim como tem anexado o histórico do processo, e os documentos relacionados emitidos pela SIC, como autorização de uso e o certificado de conformidade e atendimento dos requisitos do produto. (sic.gov.co)</p>

<p>Como o órgão gerencia a divulgação da DO?</p>	<p>Possuem a plataforma SIPI para consulta das DO já autorizadas, e para informar quais os documentos e requisitos necessários para solicitar uma nova autorização. Já no que diz respeito a divulgação e promoção da DO, trata-se de uma das responsabilidades da associação/entidade gestora da DO.</p>
<p>Quais as melhorias em termos de sistema que estão sendo trabalhadas</p>	<p>Tem um grupo de operações dedicado aos sistemas de informação digital que tem promovido a ferramenta SIPI junto aos interessados em obter DO, para que os usuários saibam operar o sistema e todo o trâmite de solicitação e comunicação relacionado ocorra via plataforma.</p>
<p>Como você controla o uso do selo DO?</p>	<p>É feito pela associação/entidade gestora da DO.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <p>Dos produtores?</p> <p>Dos consumidores?</p>	<p>Aumentou muito o interesse das comunidades e dos produtores sobre o tema DO para tornar seus produtos mais visíveis no mercado. Desde 2005 já tem 29 produtos, alguns dos quais com muitos produtores autorizados.</p> <p>Percepção de que devido ao acordo comercial com a União Europeia, muitos produtos na Colômbia contam com o selo de IGP da UE, e com isso o consumidor passou a se inteirar mais do tema, conseqüentemente mais produtores estão querendo entender e buscando a DO para acessar novos mercados.</p>
<p>Tem contato direto com entidades gestoras de outros países, a fim de criar mecanismos semelhantes de controle e troca de informações?</p>	<p>Principalmente com outros países de comunidade andina, pois discutem aspectos com DO, não apenas no controle, mas questões gerais. Pois tem uma norma comum de propriedade intelectual 1086, de 2000, e muitos aspectos de regulação interna são discutidas regularmente para troca de experiências. Com a UE tem um comitê anual para acompanhamento do acordo comercial, e há um grupo de trabalho específico para tratar do tema propriedade intelectual. No caso da Origin participam de alguns reunião como observadores. Envolvem as organizações gestoras de DO em algumas dessas regiões, sobretudo a FNC.</p>
<p>Em 10 anos, como você espera a evolução das DO?</p>	<p>Associações mais fortes para fazer a gestão das DO e assim obter melhores resultados. Sustentabilidade dessas organizações de modo que possam reduzir as desigualdades e gerar benefícios para as comunidades, para reduzir as lacunas e divisões existentes nos territórios.</p> <p>Que os consumidores colombianos e os produtores tenham um conhecimento mais amplo a respeito do selo e do sistema da DO como um todo. Através do fortalecimento do processo de divulgação e da ampliação dos espaços de comercialização de produtos com DO.</p>

	<p>Que por meio do conhecimento se fomente a criação e consolidação das marcas e dos bens de propriedade industrial dos produtos.</p> <p>Sistema muito mais forte, entidades sustentáveis, e com conhecimento geral de DO, inclusive das demais instituições governamentais para facilitar a articulação de ações.</p>
Existem planos para implementar melhorias em um futuro próximo?	<p>Possuem um novo plano de fortalecimento e desenvolvimento de DO agroalimentares, com algumas etapas de trabalho. Também foi publicada neste ano uma Política de propriedade intelectual o que irá desdobrar ações relacionadas.</p> <p>Articularam recentemente duas frentes de ação, uma para o setor artesanal, com Artesanias de Colômbia, e outra com o Ministério de Agricultura, para fortalecimento de uso de DO na promoção. Também possuem uma ação com Ministério de Comércio para promover a difusão e comercialização de produtos com DO.</p>

RESUMO DA ENTREVISTA Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: María José Sánchez

Dia: 18/05/2022

Horário: 16h às 17h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
Papel /Atuação junto a FNC	Responsável pelas DO Café Colômbia e 6 DO Regionais em Colômbia, reconhecidas e protegidas nos países da comunidade Andina, e administra junto à União Europeia, Suíça e Reino Unido, locais onde há a proteção.
Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?	Quando uma organização solicita a SIC/Estado autorização para uso de um DO junto é entregue um regulamento de uso. Nesse documento são indicados todos os controles que irão garantir que todas as características de produto serão garantidas. É exigido que tudo seja cumprido.

<p>Que métodos de controle usam?</p>	<p>O que caracteriza e protege a DO Café de Colômbia são algumas características organolépticas quando se transforma o café. Para avaliações dos cafés regionais usam uma tecnologia chamada NIZ, trata-se de uma máquina com leitura infravermelho, que verifica o DNA do café. Centro de identificação da Federação estudou muitos anos amostras de café, e a partir da base de dados conseguem identificar, por meio de curvas produzidas pela tecnologia o que indica de que região é produzido o café. Esse é outro controle, além de controles de mercados e aduaneiros. Café exportado é coletado e analisado aleatoriamente nas aduanas, que também têm máquinas de NIS*, que indicam se o café é mesmo das regiões indicadas.</p> <p>Os entes aduaneiros são chamados de *Inspeções de café, e estão administrados pela Alma Café, uma empresa privada que presta serviço de inspeção de café para realizar as análises e assegurar o cumprimento da legislação de exportação. Tudo que tem a ver com a exportação do produto café de Colômbia está regulamentado por resolução aprovada pelo Comitê Nacional de Café da Colômbia, composto pelas delegações do governos nacional, que delegam sobre a administração dos recursos do Fundo Nacional de Cafeicultores, junto a Federação, a diretoria da FNC, que representam os interesses dos cafeicultores, *elegidos democraticamente, e funcionários da FNC Quem aprova a resolução são os ministros, direção de planejamento e diretores da FNC. Aprovam resoluções de exportação que todos os interessados devem cumprir. Cada porto marítimo e os aeroportos devem contar com postos de controle geridos pela Alma Café, que é o operador logístico da FNC. Possuem todo o conhecimento, laboratórios e tecnologia para fazer a vigilância e controle.</p> <p>Alma Café é uma empresa privadas que atua com logística e serviços de laboratório. Opera com recursos próprios, não há subsídios ou recurso público. FNC é socia da Alma Café.</p> <p>Também usam clientes ocultos que adquirem produtos no mercado e levam amostras para laboratórios especializados que fazem a verificação das características, de modo a assegurar a confiabilidade do controle de origem do produto.</p> <p>Todas as propriedades produtoras de café da Colômbia estão georreferenciadas em um sistema de informação</p>
--------------------------------------	---

	<p>que se chama SICA, que permite ter um controle desde a origem até o produto final que declara ser Café de Colômbia.</p> <p>Tudo isso é especificado nos Cadernos.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Não atualizam os controles, pois isso implicaria em apresentar reformas ao que hoje está protegido pela DO e as forma de verificação. O que não impede que revisem outras tecnologias acessórias de rastreabilidade, como códigos QR, e blockchaisn, que estão testando, porém não necessariamente serão incluídas nos Cadernos, a não ser que se mostrem viáveis tecnicamente e economicamente viáveis. Ai sim pensariam em mudar as condições de inspeção e vigilância estabelecidas hoje. Desde que se concedeu as DOs não houve mudanças, sendo as medidas de controle e rastreabilidade utilizadas as relatadas acima.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>Sim, todos os associados da FNC recebem uma Identidade cafeteira, com o seu número de identificação no mundo do café. Por fazer parte, recebem todos os serviços, de acompanhamento e de extensão sem custos adicionais.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>Para os produtores de café verde, georreferenciados em SICA, tem autorização para usar a DO, pois está identificado e é produzido no país. Um desafio para acender a DO é posteriormente poder comprovar que o produto cumpre com as características.</p> <p>No momento atual o preço da matéria prima está muito elevado, para quem transforma e vende para consumidor sempre quer buscar alcançar uma margem de lucro maior. Embalagens também estão caras. Então estão comprando produtos de menor qualidade que não cumprem com as características, como desdobramento então retirando a autorização de uso de DO. Preços e dinâmica de mercado.</p> <p>Antigamente produtores menores vendiam o café com matéria prima para depois ser trilhado e exportado café verde. Desde alguns anos há um aumento e interesse de empreender no mercado do café, com marca própria, processando e comercializando de forma independente. Pessoas com pouco recursos, desafio par obter a autorização de uso da DO, pagar e sustentar a conformidade do produto. O Fundo Nacional de Café, gerenciado pela FNC subsidiam em 85% dos valores, apesar disso alguns pequenos produtores sinalizam que têm dificuldade em pagar a Certificação. Para apoiá-los a</p>

	<p>FNC desenha programas permanentes para apoiar processo e permitir que os pequenos possam lançar suas marcas, obter a DO e comercializá-los.</p> <p>Custo de autorização de uso e Certificação e para tostadoras sai por aproximadamente 58 USD, pago inicial.</p> <p>Certificação é válida por 10 anos, porém para mantê-la vigente fazem controles anuais que custam para o produtor na faixa de USD 50 a 60 dólares.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Possuem boas práticas que são recomendadas seguir, pois há alguns processos que assegura as características do café, relacionados ao cultivo, seleção dos grãos e transformação do produto. A FNC tem um centro de pesquisa que dá assessoria, via agrônomos *serviços de extensão responsável por transferir conhecimento, tecnologia e boas práticas. Seleção cuidadosa dos grãos é ponto de atenção, assim como tecnologias de lavagem e fermentação. Questões agrônômicas e de transformação são chaves para assegurar as características do produto que caracterizam o café colombiano.</p> <p>São recomendações, diretrizes para tornar a produção mais eficiente e com maior qualidade o café, mas os produtores são livres para adotar ou não.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>Não desenvolveram estudo relacionado. Educam e estimulam o consumidor final a adquirir produto autêntico colombiano, e dão ferramentas com logo de Café de Colômbia e outros os selos de DO e IG.</p> <p>Para isso o consumidor precisa de garantias que para obter os selos os produtos são avaliados, para isso há um processo de rastreamento por trás. Garantia se oferece tendo controle, podendo assegurar a autenticidade do produto. Se não há controle se desvirtua todo o sistema, e por fim, o consumidor. Pois não teríamos como consumidor, nenhuma ferramenta para diferenciar os produtos autênticos. E claro que produtos com mais qualidade, mais reputação, mais facilmente se copia. E isso acontece com o café colombiano, com produtos tentando se passar pelo café colombiano sem cumprir as características.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Principal objetivo é tornar a cafeicultura colombiana 100% sustentável em 2027, quando a FNC completa 100 anos. Também atuam fortemente no desenvolvimento de tecnologias é chave, foco de trabalho de pesquisa a anos. Destaque para a tecnologia de uso eficiente de água e</p>

	<p>manejo adequado com os resíduos decorrentes da lavagem do café. Uma tecnologia é patenteada, trata-se de lavadores especiais que utilizam muito menos litros de água no processo de transformação, e outra é um modelo de manejo adequado. Lavagem do café tem maior impacto no meio ambiente, pois é altamente contaminante do solo e vertentes hídricas.</p> <p>Também desenvolvem várias tecnologias para melhorar a qualidade do café, variedade vegetais protegidas, mais resistentes a enfermidades, para aumentar a produtividade. Tecnologias que permitem selecionar os grãos de forma adequada, para eliminar grãos com defeitos. Também tecnologias relacionadas a fermentação e a questões organolépticas, que estão relacionadas a qualidade do produto. Trabalho contínuo, feito pela FNC e em parceria com terceiros.</p> <p>Mais sustentável, mais produtiva e de maior qualidade.</p> <p>Em parceria com Brasil, desenvolveram máquinas que ajudam a colher somente os grãos maduros e com a ajuda de lonas, fazem automaticamente o recolhimento do produto.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>Possuem diversas bases de dados, como SICA, que identifica e georreferencia todas as propriedades produtoras de café do país. As informações estão sendo atualizadas pelo com dados reais e quase que diários por meio do serviço de extensão. Os produtores também podem solicitar ao extensionista que ajude a atualizar as informações da sua propriedade.</p> <p>Também tem base de dados online dos autorizados a usar a DO e IG, com informações dos produtores e marcas autorizadas, as quais são públicas e estão disponíveis na página web.</p> <p>Há ainda registros adicionais de tostadores e trilhadores locais, registro de exportadores, e para cada universo possuem sistemas próprios para administrar a base de dados e cumprir com a regulamentação de armazenamento e tratamento de dados.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital)?</p>	<p>Possuem e-commerce www.compracafercolombia.com, que foi lançado na pandemia, e tem como único requisito que o produto seja 100% café Colômbia, ou seja, tenha DO.</p> <p>Perfil em redes sociais, todos os produtores com DO podem enviar vídeos e outros conteúdos para que a FNC faça a promoção.</p>

	<p>Também tem uma plataforma para educar o consumidor final, ensina sobre a história, a preparar café, a identificar um legítimo café colombiano, inclui as marcas autorizadas e tem a real academia de café. Cursos gratuitos para o consumidor final.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>Possuem sistemas de vigilância através de clientes ocultos. Empresas contratadas nos principais mercados que são responsáveis por identificar os cafés que se declaram colombianos ou usam os selos e verificam as características e qualidade em laboratórios. Possuem ainda serviços de vigilância de marcas online, por meio do qual verificam se a marca Café de Colômbia está sendo usada em sites ou redes sociais de produtos sem contratos de licença e não está autorizado.</p> <p>Com a pandemia passaram a vender sobretudo muito café de maneira online, por isso incorporaram controles digitais.</p> <p>Também têm controles aduaneiros. A marca Café de Colômbia, licenciada pela FNC, e utilizada pelos na embalagem dos produtos via contrato, desde que atendem as características e qualidade, está registrada em mais de 190 países.</p> <p>As aduanas de cada país de destino, tem liberdade para verificar, quando da importação e recebimento de uma carga de café colombianos utilizando o selo, se ele possui as devidas autorizações. Através dos registros de marca e do direito de propriedade intelectual fazem controles adicionais.</p>
<p>Visão de 10 anos no campo da transformação digital</p>	<p>Transformação digital é um projeto prioritário, com vistas a ampliar o acesso e a cobertura de internet no campo. Para isso, a FNC está firmando convênios com o Ministério das Telecomunicações da Colômbia e com empresas privadas provedoras de internet, para permitir e facilitar o acesso dos produtores.</p> <p>Iniciaram esse processo internamente na FNC, incorporando novas tecnologias, fazendo mudanças internas nos processos e sistemas para torná-los mais flexíveis e ágeis, para que as informações estejam mais acessíveis, inclusive nas páginas web.</p> <p>Página da FNC foi alterada completamente fazem 3 anos, incluíram informações digitais de todos os Comitês departamentais o que antes não existia.</p>

	<p>Também passaram a utilizar o WhatsApp para ampliar e melhorar a comunicação, por exemplo com grandes campanhas junto aos produtores.</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Estão desenvolvendo vários pilotos para incorporar tecnologias blockchain, internet e conectividade do campo. Área comercial e de qualidade lidera essa agenda. Um dos desafios maiores é o acesso a internet que não tem acesso a internet e telefone. Portanto, ter tecnologias, como blockchain onde se pode administrar dados offline é muito importante. E incorporar tecnologias de inteligência nas propriedades precisa de conectividade e não possuem isso na Colômbia. Estão explorando soluções blockchain que em parte da cadeia não necessite de conectividade, mas que permitam garantir o rastreamento das informações que regularmente são lançadas no sistema.</p> <p>Uso de blockchain ainda é muito incipiente, somente propriedades mais desenvolvidas e com conectividade, quem manejam as informações de forma mais clara estão usando, percentual muito pequeno. Percentual maior não tem acesso a internet, as vezes estão a mais de uma hora de um povoado com conexão.</p> <p>A ideia é que o rastreamento seja desde a árvore, quando se colheu, quando foi lavado, embalado, que cooperativa comprou, quem tostou, quem vendeu, quando chegou ao mercado. Desde a planta até o consumidor, por leitura de Código QR fazem uma viagem de volta até a produção. Projetos de longo prazo e que estão fazendo piloto.</p> <p>Há tecnologias de blockchain que não são tão custosas, acredita que quando houver soluções adequadas a maioria dos produtores, haverá recursos subsidiados pelo estado, recursos do Fundo Nacional do Café, para viabilizar a incorporação. Uso de Código QR com um microchip na embalagem tem um custo baixo. Na sua percepção o custo de blockchain foi democratizado.</p> <p>Custo não é um impedimento, conectividade no campo é o maior empecilho atualmente.</p>
<p>Qual foi o mecanismo utilizado para ter autorização de uso do Selo da UE? Qual o tipo de acordo? Como quem foi feito o acordo? Foi solicitado direto para UE?</p>	<p>Processo é o mesmo que para solicitar DO ou IG, o produtor deve requerer de acordo com o tipo de produto, café verde, café torrado, e café solúveis ou extratos. Eles são responsáveis para garantir a rastreabilidade e o controle, muito dos autorizados são marcas de terreiros. Tem formulário para o interessado solicitar, posteriormente tem início o processo de certificação via</p>

	<p>Cafecert (análise documental e de amostra de produto). Emite certificado de conformidade de produto, é a prova de que o café atende as características. Uma via segue para o dono da marca e outra segue para a FNC. Federação emite uma carta de autorização e com o produto está autorizado a usar o selo de DO, inclusive de IG protegida de UE.</p> <p>FNC encaminhou um processo para solicitar o reconhecimento e a proteção de Café de Colômbia junto a Comissão da UE. Primeiro produto agroalimentar estrangeiro que teve o reconhecimento de IGP. Tratados bilaterais permitem que o estado Colombiano solicite a UE que se proteja e se reconheça outros produtos que em Colômbia estejam protegidos com DO. Para terem o mesmo nível de proteção no mercado europeu.</p>
--	---

RESUMO DA ENTREVISTA CAFECERT

ENTIDADE CERTIFICADORA DE IG

Entrevistado: Silvia Tobon e Cheryl Varely Durán Silva

Dia: 13/06/2022

Horário: 16h às 16h35

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como surgiu o processo de certificação do Café com IG?</p>	<p>Federação é quem autoriza o uso da DO e IG, mas para conceder, o produto deve ser certificado pela Cafecert. Faz mais de 10 anos que foram acreditados pelo Organismo de Acreditação Colombiano para fazer a Certificação do Café.</p> <p>A fundação Cafecert nasceu em 2010, vinculada a Federação Nacional de Cafeicultores, e por uma solicitação do Organismo de Acreditação em 2014 se organiza de forma independente para assegurar a imparcialidade do processo.</p>
<p>Além dos cadernos de especificações técnicas, o processo de certificação considera outros requisitos relacionados à IG?</p>	<p>Os requisitos utilizados para certificação são definidos pela Federação quando solicita a proteção a DO junto a Secretaria de Indústria e Comércio.</p> <p>Organismo de certificação tem contratos com diferentes laboratórios competentes para fazer distintos ensaios, e avaliar os requisitos pré-definidos, de acordo com o tipo de produto que será certificado.</p>

<p>Que métodos de controle usam?</p>	<p>Físicos, sensoriais, químicos, infravermelhos, cromatografia, de acordo como tipo de produto a ser certificado. Método infravermelho é utilizado para determinação ou confirmação da origem do café, já que trabalham com 6 DO regionais.</p> <p>Somente utilizam provas químicas, como níveis de cafeína e ácidos clorogênicos, em casos específicos, quando há dúvidas e incertezas nas provas sensoriais.</p>
<p>No caso das provas organolépticas? Existe um método padronizado? Existe algum tipo de “reconhecimento/aprovação”?</p>	<p>Os laboratórios utilizam a NTC 4883 norma técnica colombiana, equivale a análise quantitativa descritiva.</p>
<p>Utiliza recursos próprios ou de terceiros? Em caso afirmativo, existe algum controle sobre terceiros?</p>	<p>Utilizam 5 laboratórios de terceiros, três na Colômbia e dois no exterior, para facilitar e baratear os custos de análises dos produtos exportados.</p> <p>A Norma 1775, relacionada a acreditação de organismo de certificação, permite usar recursos externos. Segundo o decreto 1595, que institui o sistema nacional de qualidade da Colômbia, devem sempre usar laboratórios acreditados em determinadas técnicas. Porém como ainda não há nenhum laboratório acreditado para fazer todos os tipos de ensaios no país, a Cafecert faz a avaliação desses laboratórios em alinhamento com a norma 17025, que define os requisitos técnicos necessário, em atendimento a especificação do Organismo de Acreditação. Realizam essa avaliação por meio de auditorias anuais.</p> <p>Alguns desses laboratórios já possuem ensaios sendo acreditados diretamente pelo Organismo de Acreditação. Nesses casos a Cafecert não faz a auditoria desses ensaios.</p>
<p>Quais tecnologias digitais a organização usa? Quais são as motivações para o uso dessas tecnologias?</p>	<p>Usam tecnologias junto aos laboratórios, Cafecert avalia se as tecnologias são adequadas. Resolução define quais tecnologias, como por exemplo infravermelho. Avaliam se os métodos são adequados e eficazes para avaliar a conformidade, e se o laboratório ofereça infraestrutura e pessoal qualificado.</p> <p>Com base nos resultados enviados pelos laboratórios a Cafecert avalie se o produto cumpre ou não os requisitos.</p> <p>Internamente utilizam sistema completamente digital, para gerir procedimentos e a documentação.</p>
<p>Vocês utilizam processos específicos para rastreabilidade?</p>	<p>Internamente fazem o rastreamento desde que recebem a amostra até atestar a conformidade do produto. Tudo é sistematizado. Amostra é codificada, até o final do processo. Como é feita a rastreabilidade dentro dos</p>

	laboratórios também é alvo das auditorias de segunda parte realizadas pela Cafecert.
Qual a relação de controle entre as partes, ONA e Cafecert? Meios como são fiscalizados.	Norma ISO 17067 define os esquemas de controle (lote, amostras, própria), e cada organismo analisa e define o mais conveniente e a periodicidade que realizam, de acordo com sua estrutura.
Existe alguma especificidade de acreditação para certificar produtos com IG?	Regulamento 1050 para IG protegida.
A Cafecert tem alguma participação no controle do uso das marcas? Vocês monitoram o mercado?	Não tem participação, a Federação é quem faz. Avaliam apenas a conformidade do produto.
Quais são as principais dores e desafios na implementação da certificação de produtos GI?	Constantes desafios, o maior é fazer os produtores entenderem que o produto deve ser certificado. Fazem ações de capacitação permanente junto com a Federação para que os produtores compreendam que são organizações independentes e com funções distintas. Surgem clientes que as vezes já tem produtos certificados há muitos anos e ainda confundem as situações e responsabilidades das organizações.
Como é financiada a atuação da Cafecert?	Os recursos provêm atualmente somente das avaliações realizadas. Teve um período inicial de arranque em que receberam recursos subsidiados.
O que você está planejando para o futuro?	Ampliar o alcance da certificação.

RESUMO DA ENTREVISTA Artesanias de Colômbia

ENTIDADE DE FOMENTO E APOIO A GESTÃO DE IG

Entrevistado: Alexander Parra Peña

Dia: 18/05/2022

Horário: 11h às 12h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Qual a atuação no tema IG?	Artesania de Colômbia foi criado em 1964, como uma sociedade de economia mista, vinculada ao Ministério de Comércio, Indústria e Turismo. Desenvolvem inúmeras iniciativas de fomento e apoio ao artesanato, nacional

	<p>sendo uma delas o Programa de Propriedade Intelectual que tem 15 anos de existência.</p> <p>Foco no uso de ferramentas legais para proteção dos produtos artesanais, que é desenvolvido em parceria com a SIC – Superintendência de Indústria e Comércio. Envolve registro de marcas coletivas, certificações (onde certificam que determinados produtos fazem parte de uma rota, por exemplo de produtos elaborados com uma mesma matéria prima) e DO, além de desenhos industriais. Atualmente são 12 DO de artesanato, e 62 marcas coletivas. Taxas são subsidiadas e assessoria é gratuita. Apoiam ainda 3 DO ligadas a gastronomia *queijo, biscoito e doce.</p> <p>Trabalham desde 2014 com o Selo de Denominação de Origem Colômbia, que inclui a Marca País CO.</p> <p>Dentre as 12 DO possuem 65 autorizações de uso do selo do artesanal para associações e artesãos.</p> <p>Fomentam a organização de artesãos, em associações, para gestão da DO. Também firmam convênios de licenciamento da marca país CO, para cada um dos produtos com DO, a fim de ampliar a promoção dos mesmos.</p> <p>Todo o trabalho de Artesanias de Colômbia tem como principal objetivo salvaguardar o patrimônio cultural do país, e envolve uma forte estratégia comercial, que envolve a melhoria da qualidade do produto.</p> <p>Também possuem o selo de qualidade "Feito a Mão", certificação permanente outorgada para produtos manuais tradicionais, desde que cumpram um processo produtivo e requisitos de qualidade. INCONTEC faz essa certificação.</p>
<p>Como é feito o controle das DO?</p>	<p>Controle é feito pela SIC. Realizam visita anual aos escritórios das associações locais para verificar se estão cumprindo com os requisitos e regulamento de uso do selo. Artesanias acompanha esse processo. Caso haja alguma denúncia ou reclamação relacionada, também há uma ação específica para verificação /fiscalização, porém até o momento isso não aconteceu.</p>
<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Quando uma associação/ cooperativa de artesãos quer obter autorização de uso de uma DO, solicita a Oficina Colombiana de Propriedade Intelectual, vinculada a SIC. Por meio de um requerimento devem declarar o cumprimento de 4 requisitos: 1. zona geográfica claramente delimitada, 2. uma organização - cooperativa, associação (que cubra maior número de produtores), 3. que</p>

	<p>tenham uma administração forte (administrativa e financeira), e 4. um comitê para manejar a DO.</p> <p>Então a Oficina de Propriedade Intelectual realiza uma visita técnica / auditoria para verificar o cumprimento desses requisitos in loco. A partir do cumprimento o Estado delega/ concede essa autorização da DO, e segue fazendo a vigilância (Artesania se envolve nisso).</p> <p>Cada associação cria o seu regulamento de uso da DO, um passo a passo padronizado e claro, onde indicam como se elabora o produto, como se controla, e como se concede a autorização de uso do selo.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>As próprias organizações locais (associações cooperativas), por meio do Comitê de Gestão, e seus membros fazem a administração, a gestão, e o controle de acordo com o regulamento de uso para manter os padrões de qualidade e para assegurar o uso do selo. Cabe ao Comitê interno de gestão da DO ou IC, criado no âmbito da organização local, o envio de relatórios anuais a SIC com sugestões e recomendações de melhoria. Em parceria assessoram e apoiam a resolução de problemas. Pode haver ajustes nos regulamentos, por exemplo para ampliar a zona de extração de matéria prima, porém as condições básicas não podem ser alteradas. Resolução Colombiana estabelece como isso pode acontecer. Também têm documento com Perguntas e Respostas sobre DO para esclarecer informações relacionadas.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>Promovem capacitações e assessorias em propriedade intelectual (marcas, denominações de origem, direitos autorais e desenho industrial). E apoiam os tramites para registro, por meio de um convênio com SIC, onde são oferecidas aos artesãos taxas especiais, com valores reduzidos, por exemplo: para registro de uma marca coletiva o valor normal é de U\$ 407, enquanto os artesãos pagam U\$ 29.</p> <p>Também apoia o registro de direito de autor (pinturas, esculturas, desenhos etc.) sem custos, de modo que possa ser replicada por outros artesãos ou em escala industrial.</p> <p>Oferecem cursos online aos artesãos por meio de uma parceria com a Direção Nacional de Direito do Autor. Iniciativa desenvolvida no âmbito de uma política nacional denominada Economia Laranja, com foco na cultura e criatividade / artes e patrimônio.</p> <p>Capacitações são oferecidas de acordo com as necessidades específicas identificadas junto a cada DO.</p>

	<p>Todos os estados têm uma equipe de trabalho da Artesanias de Colômbia, contam com especialistas em desenvolvimento humano, em comércio, em desenhos industriais. Possuem profissionais por temas. Atuam com articulação forte por regiões culturais, já que em cada região as pessoas têm sua forma de pensar e sentir. Foco também em dados estatísticos, matérias primas para exploração sustentável, criação de novas linhas de produtos, produção e comercialização.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>Os artesãos pedem que se sensibilize o mercado sobre os diferenciais de adquirir um produto com selo de DO e IG. Promoção do selo no mercado para apoio à comercialização.</p> <p>Dificuldade de fazer com que o tema IG e DO seja devidamente entendido pelos produtores; outro aspecto importante é a pirataria.</p> <p>O uso de tecnologia também é um desafio. Artesanias de Colômbia estimula a criação de websites das organizações, mas notam que devido aos custos de manutenção, as organizações acabam não renovando os registros online a partir do segundo ano.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Guia de autoavaliação para verificar os impactos sociais ambientais e econômicos relacionados as DO.</p> <p>Anualmente as associações devem fazer o exercício de autoavaliar os impactos da DO, subsídio para planejar o futuro.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Criaram um guia de condições e impactos das DO que envolve uma autoavaliação por parte dos artesãos para compreender os benefícios gerados por meio das DO.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <p>Dos produtores?</p> <p>Dos consumidores?</p>	<p>Por parte dos consumidores sim. Ver Guia de Impactos, documento anexo.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros? Estas melhorias</p>	<p>Tema digital não é fácil para os artesãos, conectividade não é a melhor em muitas regiões, o que as vezes inclusive dificuldade reuniões e treinamentos virtuais.</p> <p>Domínio de internet, estímulo para que tenham seus próprios portais online, redes sociais e possam fazer uso das ferramentas de propriedade industrial.</p>

<p>incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>Estatística é tema chave. Trabalham no levantamento e registro de informações relacionadas ao número de artesãos no país, onde, vivem, se são indígenas ou rurais, níveis de educação, gênero, quanto vendem. Possuem no cadastro cerca de 40 mil artesãos.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>E-commerce de Artesanias de Colômbia. Na pandemia aumentaram as vendas online, mas o artesanato é muito sensorial, por isso realizam mais de 50 feiras em diferentes regiões da Colômbia, e nesses locais promovem os diferenciais dos produtos com DO. Fazem 32 anos de realizam a Feira Nacional de Artesanato, com duração de 14 dias, e comercialização em cada evento produtos que somam cerca de 5 milhões de dólares.</p> <p>Website não funciona da maneira ideal no caso do artesanato, pessoas querem sentir e provar.</p> <p>Também possuem parcerias em nível institucional com PróColômbia, Ministério de Cultura e Turismo para promoção.</p> <p>Fazem aliança com o tema turismo, com por exemplo com visita a museu e rua especializada na comercialização de determinado artesanato, onde o turista pode fazer uma imersão na cultura relacionada a determinada DO.</p> <p>Dão visibilidade ao artesanato característico do país. Personalidades naturais da Colômbia, como Shakira, e visitantes ilustres recebem e fazem propaganda de produtos. Outro exemplo de valorização: Todos os estudantes na graduação recebem um chapéu típico do país.</p> <p>Também criaram um guia turístico para quem visita determinada região onde são produzidos produtos com DO, dando destaque ao artesanato e as suas qualidades.</p> <p>Também estimulam o comércio justo, e dão destaque para a cara de cada artesão, para que as pessoas conheçam quem está por trás do produto.</p> <p>Ainda para promoção e estímulo a negócios, fizeram parceria com marca de mochila Totto, onde parte do produto era tecido por artesãos. Outra iniciativa foi uma parceria com uma marca de carros para utilização da simbologia característica de determinada DO. Em contrapartida a empresa doou painéis solares para as comunidades.</p>

	<p>Outra parceria foi com marca de uísque “Johnnie Walker Blue Label” que confeccionou garrafas em 3 versões, com ilustrações típicas do país. Desenhos conceitos impressos/encobrimdo a garrafa que são coleções especiais.</p> <p>Alianças com restaurantes para decoração de espaços com o artesanato do país, e parcerias com marcas famosas que comercializam produtos de decoração, para estimular negócios. Parceria com marcas internacionais de joias para lançar coleção específica com desenhos do país.</p> <p>Fizeram acordo com Disney para criar desenho animado inspirado na cultura e nos produtos artesanais com DO da Colômbia - Filme “Encantado”.</p> <p>Promovem ainda as DO em feiras. Também lançaram uma Mapa Turístico Colômbia Artesanal com rotas em inglês e espanhol que valoriza os produtos e experiências relacionadas. 12 rotas são promovidas via site e APP.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>No caso das DO não. Trabalham no terreno, orientando a melhoria técnica, de modo que os artesãos melhorem o padrão de qualidade dos produtos.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>Mecanismos internos de proteção para identificar falsificações de produtos com DO, a exemplo do que ocorreu com chapéu tipicamente colombiano. China começou a produzir o chapéu em plástico, e Colômbia por meio da Oficina Colombiana de Propriedade Intelectual, em parceria com Polícia Fiscal Aduaneira Colombiana, realizou ação para apreender e destruir os produtos falsificados.</p> <p>Com isso as associações locais de artesãos entenderam que a DO ou IG realmente contribui para proteger o produto.</p> <p>Não conseguem fiscalizar tudo, por isso trabalham muito com informação, para que as pessoas compreendam a diferença e o valor de um produto original.</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Usam Código QR na etiqueta do produto para que o consumidor acesse um vídeo e conheça quem elaborou o produto, quanto demorou e por que pagou um preço justo.</p> <p>Utilizam Códigos QR para facilitar o pagamento das peças de artesanato.</p>

<p>Como é controlado o uso das marcas coletivas? E qual a sua relação com o selo de IG? Há possibilidades de confusão por parte dos produtores e consumidores?</p>	<p>Muitos começaram com marcas coletivas e depois migraram para DO. Trabalham com informação / marketing de território. Promoção e diferenciação de mercado, para que os consumidores e as regiões reconheçam esses produtos originários. Trabalham com autoridades locais e mercado nacional de produtos. Apoiam esse processo de evolução.</p> <p>Nos países andinos as DO pertencem ao estado, já as marcas coletivas pertencem as organizações / associações, o que possibilita que eles se tornem mais comprometidas, já que no caso das DO, alguns acreditam que estão concedendo a suas marcas ao estado, e terão que pedir autorização para uso.</p>
<p>Tem algum mecanismo inovador ou tecnologias digitais a serem implementados no controle e rastreabilidade do produto?</p>	<p>Não.</p>

Outras Informações

- Colômbia desenvolve um programa ColCol, Colômbia ensina Colômbia, onde iniciativas de sucesso (por exemplo do café) são compartilhadas, troca de experiências e resultados com outras DO.
- Trabalho colaborativo do Estado junto as Organizações de Artesãos para que as coisas funcionem, não tanto fiscalização.

RESUMO DA ENTREVISTA QUALIFICA / OriGIn Portugal

Entrevistado: Eng.^a Ana Soeiro, Diretora Executiva da Qualifica / OriGIn Portugal

Dia: 14/06/2022

Hora: das 11h às 12h55

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Quais as motivações que levaram à criação desta associação?</p>	<p>Esteve no Ministério de Agricultura durante muitos anos e acabou por sair. E percebeu que o ministério não se iria interessar por este assunto, ou interessar muito pouco. Por isso, falou com várias pessoas do mundo rural e das autárquicas e conseguiu que eles percebessem a importância de criar uma associação. Neste caso uma associação, sem fins lucrativos e objetivos políticos, apenas visa a defesa dos produtos tradicionais portugueses e</p>

	<p>consequentemente a defesa dos seus produtores e dos seus territórios.</p> <p>Tem como membros câmaras municipais, agrupamentos de produtores e produtores isolados, têm também como associados, associações recreativas, culturais, confrarias e até técnicos isolados. Sempre em torno dos produtos tradicionais e da defesa desses produtos e da sua veracidade e por perceber que tudo isto constitui um património cultural de um valor incalculável e que poderia ser perdido.</p> <p>Uma IG é tao boa quanto bom for o seu agrupamento de produtores, este deve ser forte, consciente do que tem em mãos e interventivo.</p> <p>A Qualifica conseguiu juntar esta gente toda e tem conseguido vir a valorizar os produtos e não deixar morrer esta noção de IG. Tem tido uma luta com o ministério da agricultura, que parece ter finalmente as orelhas mais abertas para estas situações, mas foram feitos erros enormes, um deles foi publicado no jornal da UE no dia 12, resultante do fato das pessoas que estão à frente não perceberem muito de IGs e acabam por dar erros. Exemplo, avaliações dos técnicos que indicam que a marmelada branca de Odivelas é branca por ser feita com açúcar branco, revelam uma ignorância total para o assunto, porque nem açúcar branco existia no mercado quando começaram a fazer este tipo de marmelada. Esta situação leva a que tenha que vir a ser levantado um processo administrativo para corrigir, existindo outras situações similares.</p>
<p>Quais as principais dores (pain points), problemas e desafios que identificam neste momento nas IG?</p>	<p>O conceito de IG não é um conceito fácil das pessoas perceberem, Entenderem que o produto é o que é porque está ligado a uma determinada região. A IG é muito mais que um selo, uma marca, o que quer que vão chamando, é todo um conceito de ferramenta de desenvolvimento, é propriedade intelectual. Mas não é fácil, que o público em geral entenda o que é a IG, temos muitas vezes que dizer compre que é bom.</p> <p>Outra questão complexa é o agrupamento de produtores, não é fácil criar um agrupamento, pelo menos em Portugal. É difícil, porque as pessoas são muito individualistas e acham sempre que os produtos que fazem são sempre melhores e que ao juntar-se com os outros vão estar é beneficiar o vizinho. Não percebem que são todos tão pequenos e que se não se juntaram será pior, inclusive ao nível das vendas. Com dificuldade lá se juntam e se</p>

conseguem andar para a frente, têm muitas dificuldades em penetrar no mercado, em perceber que o produto com IG pode ser auxiliado através de uma boa embalagem, uma boa publicidade e um bom rótulo. Por exemplo, a venda de mel em frascos reutilizados de outros produtos é muitas vezes considerada normal para muita gente. Se por um lado, as pessoas acham que o seu produto é melhor do que o do vizinho, por outro tem muita dificuldade em valorizar o seu produto, em explicar como é feito. Os agrupamentos de produtores, se têm a sorte de ter alguém com mais visão, mais estudos, vão mais para frente, se não for o caso muitas vezes é difícil avançarem, não são capazes de saltar para o mercado. Na Europa é visível o número elevado de IGs registadas, mas que depois não existem produtos no mercado, resultado desta situação de os agrupamentos não conseguirem vencer esta inércia inicial. Este ponto deve ter apoio por parte de quem sabe, não quer dizer que a administração pública deva por um tutor, mas tem que ajudar. Por exemplo, na sua ótica no Brasil, o SEBRAE, tem essa função de os ajudar a dar o passo fundamental de saltar do anonimato para o mercado. Mas ir para o mercado com um produto que por si já é bom se não já tinha desaparecido ao longo dos tempos, mas que se for vendido com uma embalagem, rótulo e uma boa campanha de promoção irá muito mais longe e tem retorno muito mais imediato.

Na Europa, considera que é um pouco de forma geral, apesar de que alguns já terem passado a algum tempo mesmo com alguns fracassos e por outro lado acabam por puxar uns pelos outros. No caso de Portugal, ainda existem muitos fracassos, também temos uma administração pública que não tem ajudado. A Qualifica tem ajudado muita gente, mas não consegue chegar a todos. Em muitos países da Europa verifica-se que existem muitas IGs registadas, mas que os produtos não estão no mercado, devido às dificuldades já indicadas. Não concorda que a IG se não for usada possa ser eliminada do registo, mas é o que a lei diz. Mas também existe quem consegue ter sucesso e estar no mercado e são cada vez mais. Os estudos na Europa, mostram que os números são bastante elevados, já exporta uma percentagem significativa de produtos IG e que tem milhões de euros por trás, o que significa milhares de produtores e muito dinheiro a ir para as zonas rurais o que é muito bom.

Outra questão muito sensível é a parte dos controlos, refere que sabe que é particularmente sensível no Brasil, porque

não tem uma legislação sobre o chamado controlo oficial, que proteja, como em Portugal, quer a parte da produção, quer a parte dos mercados. A legislação define que existam controles específicos quer sobre a verificação do cumprimento do Caderno de Especificações, quer sobre as questões ligadas ao mercado. A Europa tem essa legislação que obriga que exista um sistema de controlo específico para verificar se o produtor faz o queijo com o leite, se o leite é daquelas vacas, se as vacas comeram naquela região, se o queijo tem aquele peso, etc., ou seja adequado a cada produto. Para além disso, existe um controlo geral, que controla se o queijo está em condições indicadas em termos de consumo humano, tem que estar rotulados com as informações definidas, etc.

As autoridades têm que ter um sistema de vigilância no mercado, para ver se os nomes que estão protegidos não estão a ser usados de forma abusiva, em todo o tipo de mercado incluindo na internet. As autoridades têm que monitorizar o mercado, nunca há meios que cheguem para tudo, mas todos o sistema de verificação da Europa se baseia no risco, por isso os produtores são escolhidos pelo risco que representam, ou os tipos de mercado são escolhidos de acordo com os riscos que representam. O risco calcula-se com base nos dados recolhidos, nos registos. Destaca o caso de Itália têm bases de dados muito completas. Nestas bases de dados são registados todos os controlos e não conformidades encontradas nos diferentes controlos, com base nisto calculam o risco, porque um operador que já tem não conformidades é muito provável que volte a fazer. Por exemplo, foi feito um estudo que concluíram que no caso do olival, vale a pena fazer um controlo uma vez em cada 7anos, porque quem têm um olival não vai mudar o olival todos os anos, ou as podas, ou seja não é necessário fazer controlos anuais, podem ser feitos de 7 em 7 anos e canaliza-se os valores para outros casos em que o risco é anual.

Outra situação que já começa a acontecer na Europa é delegar competências em organismos para fazer estes controlos, a maior parte empresas, que estão acreditadas pelas Normas ISO. A administração pública, delega competências, porque não tem pessoas suficientes nem técnicos capacitados. O regime atual de legislação e o próximo, que a delegação apresentou há pouco tempo, também já dizem muito claramente que os próprios agrupamentos de produtores podem fazer alguns controlos, por exemplos, em relação às raças, ou que

comem, ou mesmo os controlos sensoriais dos produtos. É muito mais barato e útil, os agrupamentos com regras fazerem estes controlos, um painel feito pelos produtores supervisionados pelos organismos que fazem o controlo, tem resultados muito bons. Todas estas mudanças acabam por tornar o sistema mais barato, por exemplo, juntar um painel de provadores é muito caro, levando a que os produtores não tenham como pagar e encarecendo os produtos.

Considera que o sistema está razoavelmente mais fraco, hoje em dia e por isso vai haver esforços agora, é nas questões de mercado, é onde se verifica as maiores fraudes. Por exemplo, a mistura com cafés que vêm de outras regiões e que não têm as mesmas qualidades, o uso da denominação com prestígio num café vulgar importado de um sítio qualquer, etc. Em termos das grandes empresas que trabalham na internet, por exemplo, a Amazon, Alibaba, entre outras, com quem a Comissão Europeia está a tentar negociar para que assumam o que estão a vender, funcionam como uma prateleira eletrónica. Irá sair uma diretiva específica para esta situação.

Outra situação que já foi verificada no mercado europeu foi a importação de quantidades muito elevadas de mercadorias falsificadas da China, Vietnam e outros países asiáticos, EUA e outros países. Por isso, estão a fazer umas bases de dados, em que os próprios agrupamentos de produtores são encarregues de colocar as informações sobre os produtos. Para além do caderno de especificações, são colocadas informações sobre as características dos produtos e as diferentes formas como os diferentes produtos se apresentam no mercado, a nível de rótulo, embalagens, etc. para que as autoridades quando fazem controlos e para quem está nas alfândegas tenha informação dos diferentes produtos que pertencem a cada IG, sempre que possível com imagens. Temos que fornecer às autoridades as informações das diferentes IG, para que possam ser reconhecidas para precisarem. Esta informação deve ser controlada pelos produtores porque têm também sempre a informações atualizadas e estão mais interessados em ter sempre tudo atualizado.

A própria proposta do novo regulamento comunitário que a Comissão Europeia apresentou e março, refere que as autoridades de cada estado-membro, têm que ter uma base de dados com todos os produtores de IG's, que posteriormente vai ser centralizado numa base de dados europeia. A nível da Europa já existem bases de dados

européias dos sistemas luta anti-fraude que têm níveis diversos de possibilidade de acesso, diferentes graus de acesso de acordo com a função/necessidade de acesso, mas percebeu-se que uma fraude feita em França facilmente se estende à Holanda e à Bélgica e que não são três fraudes, trata-se da mesma. Tem que haver bases de dados em comum, para que mais rapidamente se possam combater essas fraudes que em alguns casos são de milhões de euros. Base de dados tem possibilidade de se acumular informações dos diferentes operadores, quer sejam produtores, quer sejam vendedores e os estados-membros têm acesso, para perceberem onde estão as fraudes e como calculam o risco desse operador.

Uma coisa que também têm na europa é um sistema obrigatório de rastreabilidade de produtos, se somos produtores de queijo, somos obrigados a colocar nos queijos o número de lote, número de código, que permite às autoridades rastrear o produto. Pode ser escolhido por cada um, mas tem que ser precedido pela letra “L”, se as autoridades encontrarem um queijo com aquele lote que tem um problema, automaticamente lança o alerta para terem atenção com aquele lote em específico. Mas como produtor, para ter o número de lote, tem que ter dois tipos de registos, o registo das matérias-primas com as quais fez o queijo, permitindo por exemplo, saber que o leite foi feito com leite que veio da exploração X e sal foi comprado à empresa Y e têm que saber a quem vendemos o queijo. Por isso, a rastreabilidade dos produtos IG está assegurada tal como está assegurada a dos restantes produtos, através do número de lote. Os produtores é que decidem a dimensão do lote, assumindo depois também as consequências de por exemplo, eliminar lotes por exemplo que correspondem à produção do ano, mas neste caso se é encontrado um problema num produto deste lote, todo o lote é retirado de mercado. Uma das coisas que a lei em vigor define é que os organismos de controlo ou as autoridades públicas, obrigatoriamente têm que fazer o balanço entre as matérias-primas que entraram para fazer um determinado lote e os produtos vendidos com esse lote, ou seja, é necessário realizar um balanço de massas, tendo que o produtor dar essas informações.

Num país como o Brasil, isto tem que estar centralizado numa base de dados enorme e não pode estar em papel. Porque ao mesmo tempo que, seja quem for a entidade que faz o controlo e faz um relatório, o que diz pode ir para a base de dados e começam a perceber também quem são os

	<p>organismos de controlo que trabalham bem, mas também quem são os operadores que apresentam o risco mais pequeno. Um operador que ao longo do tempo, nunca tem problemas tem um risco mais pequeno do que outros que sistematicamente apresenta problemas. Portanto, a base de dados de operadores, pode servir para registar os dados dos produtores quer também dos restantes operadores, que por exemplo, secam, moagem, embalam, etc. Todos são operadores que estão envolvidos na cadeia e cujos dados têm que ser centralizados numa base de dados, para se saber onde está o maior risco.</p> <p>No caso do projeto piloto só para o café, que foi indicado como objetivo, sugere que sejam identificados os pontos de controlo de acordo com o caderno de especificações, quais são os operadores mais significativos, onde é que o produto vendido, feiras, lojas, internet, etc. É preciso ter em conta os torrefatores, embaladores, vendedores, pontos de venda, ou seja, todos têm que ser controlados e é essencial fazer o balanço de massas, não é apenas o produtor, tem que se pensar desde que se produz até chegar a quem vai beber, sendo fundamental ser uma base de dados eletrónica.</p>
<p>Como analisa, ao nível internacional, as iniciativas para melhoria e inovação nos controles? (em particular, os investimentos necessários e a decorrente percepção do custo-benefício)</p>	<p>Os produtores estão sempre a olhar para a relação custo-benefício, se o custo de produzir for 10, venderem a 12 e o controlo custar 3, óbvio que não vão fazer o controlo. Mas se com o controlo, conseguirem vender por 15, porque estão a vender um produto controlado e disse isso ao consumidor, nesse caso já vale a pena. O controlo tem que ser tão barato quanto possível, mas tem que dar garantias ao produtor e ao consumidor, se não o produtor desinteressa-se, se ele vai perder dinheiro, não vai fazer. Ou seja, tem que haver uma capacidade de explicar ao consumidor que ele está a consumir um produto mais caro, mas tem uma garantia de origem e de controlo qualidade ligada a uma determinada origem, portanto o produto custa mais, mas tem garantia do que está a comer/beber. Os controlos têm que ser efetivos, mas também têm que ser tão baratos quanto possível, para não subcarregar, por isso na europa tem a noção de risco, porque nem todos os operadores apresentam o mesmo risco não se pode estar a gastar dinheiro a verificar todos os anos operadores que não apresentam risco. Temos que saber gerir a situação dos controlos, na europa faz-se já de forma planeada, definindo o que controlam em cada ano, quando o controlo é feito por entidades oficiais, os estados-membros tem que fazer plano a 3 anos para controlar o seu mercado, que podem ser</p>

	<p>ajustados de acordo com situações que vão surgindo, por exemplo, com a guerra na Ucrânia. Os planos de controlo são feitos a 3 anos, comunicados à comissão europeia, em cada ano cada estado-membro tem que enviar à comissão europeia um relatório dos controles que efetuou, dos resultados e tem um capítulo especial para as IG, que são analisados de forma distinta. Os relatórios são padronizados para que a informação partilhada seja igual para todos e possam depois ser realizados relatórios de análise também padronizados. A base de dados tem também que gerir relatórios de controlo, obviamente um controlo de um café é diferente de um controlo de um queijo, mas os relatórios devem ser padronizados para que depois se possam ter capacidade de elaborar e retirar conclusões, são detetadas as fraudes nos primários, nos terciários, etc., e com essa informação será possível definir onde serão realizados mais controlos.</p> <p>Existe um sistema entre estados-membros, que permite que se Portugal encontrar um problema com um produto no mercado português envia de imediato informação às autoridades italianas para atuarem lá, as bases de dados e sistemas estão em contato e permite que existe logo o aviso imediato. Permite também avisar países terceiros com os quais existem acordos comerciais, mas mesmo não existindo acordo, as autoridades avisam as autoridades do país em causa, quer seja porque foi enviado para esse país, ou tenha sido enviado para Portugal. No caso se não haver relação estreita com o país, avisam-se as embaixadas.</p>
<p>No que se refere a soluções tecnológicas (digitais e não só), o que consideram que devia ser implementado em Portugal, para que exista um controle e rastreabilidade adequado?</p> <p>Soluções tecnológicas abrangem tecnologias digitais como blockchain, QR Codes, plataformas online, e também testes e ensaios como de ADN/DNA (chamados de forenses), cromatografia, e outros que possibilitem assegurar mais claramente a origem ou procedência, quando tal for possível ou viável, ou ainda georreferenciamento etc.</p>	<p>Hoje em dia não pode ser de outra forma. Mesmo os organismos de controlo, já ninguém faz relatórios em papel, por outro lado, está tudo padronizado.</p> <p>Por cada produto com IG há um plano de controlo específico, não existe um plano de controlo para castanhas, mas sim para a castanha A que não é necessariamente igual ao da castanha B, porque estão em regiões diferentes, a época da colheita é diferente, etc. Cada produto, tem que ter o seu plano de controlo específico. As autoridades que recebem os relatórios das entidades de controlo, que também não enviam todos, apenas enviam os que tem questões graves, também têm que armazenar e gerir a informação recebida.</p> <p>Neste momento está tudo informatizado, a informação é facilitada, nem por e-mail já é enviada, vai tudo de base de dados em base de dados, circuito em circuito.</p>

As bases de dados e os sistemas informatizados, que também não sabe muito, porque também não precisa saber, apenas sabe utilizar que é o que precisa, são bastante úteis.

Salienta que não importa só saber quais são os produtores do café do Cerrado Mineiro, mas também interessa saber o que produzem, quantidade, onde vendem, qual a quantidade vendida para o mercado interno e externo se possível com os preços, para se perceber se está a ar lucro à região, ou não, para ver se vale a pena o investimento. Hoje em dia, existem estados-membros que já fazem o tratamento desta informação, esta gestão das quantidades, dos locais para onde é vendido, do estágio que é vendido.

A França é um dos exemplos, o INAO apresenta anualmente os seus relatórios e sabe perfeitamente que produziu do vinho A, a quantidade de vinho X e vendeu para os locais Y e X. Estes relatórios são publicados no ano ou 6 meses a seguir e permitem ter uma análise detalhada que permite definir as estratégias de mercado.

Em Portugal, o sistema não está tão avançando.

As novas tecnologias não são a sua área de trabalho, por isso sabe pouco. Mas o que acha é que lamentavelmente a Administração Pública Portuguesa faz muito pouco por estas coisas, pouco competente e muito pouco informatizada. Está a tentar ter uma nova reunião com o Ministério para conseguir melhorar, como o próprio regulamento europeu, obriga que existam as bases de dados com os operadores, o próprio ministério vai ser obrigado a melhorar.

Outra coisa que o próximo regulamento já refere é que a própria Comissão Europeia vai criar uma base de dados para receber, tratar os pedidos de registo. A base de dados vai ser estendida a cada estado-membro, vai existir uma base comum a funcionar, em que por exemplo, quando um agrupamento de produtores pede um registo em lisboa para bolos é na mesma base de dados, após o processo administrativo nacional a informação é canalizada para a união europeia.

Em relação à marcação dos produtos, não consegue ajudar, não tem o domínio das novas tecnologias, mas o consumidor vai ter que ser cada vez mais informado e ter que ter capacidade de passar uma embalagem por um telemóvel e ver se o produto que é aquele. Refere que

	<p>quando esteve no brasil já existia esta possibilidade, no caso de um doce de bolotas que já tinha um código, que depois ao irmos ao site e colocar o código permitia saber quem era a produtora do bolo, é de uma utilidade extraordinário tem é que ser melhorado do ponto tecnológico. Neste caso não sabe como se faz, se é com <i>blockchain</i> ou Qrcode, sabe o que é mas não pode dizer quais as melhores tecnologias, mas o que se aplicar tem que permitir ao produtor aceder facilmente á informação, no supermercado e conhecer os detalhes dos produtos e que são genuínos.</p> <p>A Qualifica, trabalha com uma empresa que fez uma base de dados PT -PT e estão a pensar fazer um sistema de rastreabilidade com QRcode em que permite ao consumidor ao apontar o seu telemóvel para o rótulo de um produto ter a certeza de que aquilo é o produto A, B ou C com ou sem IG, para saber que estão a comprar o produto genuíno. Se o Brasil quer aplicar estas tecnologias concorda e acha quem fazem muito bem, demora é o seu tempo.</p>
<p>f) Quais as principais barreiras que seriam encontradas junto aos produtores e gestores das IG, com a introdução destas mudanças?</p>	<p>A principal barreira é dinheiro, introduzir isto numa embalagem custa dinheiro. Os produtores entenderem as questões custa esforço. Os agrupamentos de produtores têm que ser tao bons ou melhores que o produto, dentro deste agrupamento é vital que exista 1 ou 2 que tenha mais cabeça para pensar. Podem ser bons produtores, mas podem não ser bons gestores, ou entendedores destas questões, nestes casos os serviços públicos deveriam ser mais “ajudativos” e devia haver um sistema de apoios públicos em dinheiro para ajudar na implementação destas mudanças. Estes investimentos não são no produtor X, mas sim na região.</p>
<p>g) O que considera que deveria ser repensado em termos dos procedimentos de pedido de registro de uma IG?</p>	<p>Não considera que exista muita necessidade de mudanças. Um caderno de especificações é completamente imprescindível, o que está definido na legislação sobre o que tem que constar no caderno de especificações não precisa de mudanças radicais, mas é sempre uma questão de pessoas. Quem pega num documento destes, que é documento que tem determinadas razões sociológicas, culturais, ambientais de sustentabilidade de uma região e é uma pessoa que não conhece, não percebe nada daquilo e que vai ler e vai alterar o que está lá é que leva a más praticas em alguns países. Não há lei que possa acabar com esta interpretação incorreta, os técnicos é que têm que ser capazes.</p>

	<p>Muitas vezes é a capacidade da administração de cada estado-membro, na europa sabemos que algumas administrações são mais fracas e que o entendimento político sobre isto é muito diferente.</p>
<p>h) No controle das IG no mercado, que espaço há para outros mecanismos como trade mark watch reports ou outras ferramentas disponíveis para acompanhamento de marcas e selos no mercado?</p>	<p>Nos produtores o controlo não é fácil, mas é um número finito e sabe-se quem eles são, o mercado é um absurdo de agentes económicos, feiras, cafés, bares, restaurantes, discotecas, snack bares, lojinhas, gente avender na rua, grandes supermercados, lojas de bairro, O mercado é de uma dimensão brutal, dúvida que qualquer país, tenha capacidade para ter uma equipa de inspetores que seja capaz de isto tudo, mesmo a inspeção que está a se fazer hoje em dia, na internet, está a mobilizar uma equipa de 3-4 pessoas para fazer esse trabalho. Terá que ser monitorizado de outra forma, recorrer a tecnologia, Qrcodes ou outras que vão ser inventadas. Serão muito bem vindas, porque sem isso não existirá hipótese, por exemplo, um restaurante diz que vende carne barrosã e tem um documento que prova que comprou 5 kg desta carne, mas depois controlar quantos bifos desta carne é que ele fez, depois são os talões de consumo de consumidor, fica difícil de controlar. Por exemplo, uma sala com queijo feta, será difícil controlar quantas saladas foram feitas no restaurante com esse queijo. Existem margens brutais que terão que ser repensadas para que o controlo seja eficaz, claro que as inspeções públicas de cada estado membro fazem o que podem, descobrem muita coisa, as alfândegas também, mas existe a noção e existem relatórios realizados que mostram que a própria Europa, apesar do sistema alfandegário, importa milhões de euros de mercadorias contra-feitas, que são um problema para o consumidor e para o emprego da europa. Claro que quanto maior o valor do produto, maior a tendência de fazer a contrafeição, Portugal teve um problema grave com o vinho da barca velha, em que cada garrafa tem valores entre 300-500€.</p> <p>Vamos ter que recorrer cada vez mais a sistemas eletrónicos, códigos e outras soluções, não é capaz de antever porque já não tem capacidade de pensar em soluções eletrónicas, mas não vê outra maneira que não seja em face ao risco e em face da melhoria da capacidade técnica dos inspetores que sejam dotados de mais equipamentos que consigam detetar as fraudes com mais facilidade.</p> <p>Também é verdade que temos que melhorar a capacidade técnica dos inspetores, mas mesmo assim não conseguem</p>

	<p>controlar tudo, por isso temos que ir para as bases de dados, sistemas Qrcodes o que quer que seja, que permita fazer uma inspeção mais rigorosa e evitar que o consumidor e produtor sejam prejudicados, além da economia porque geralmente quem atua na fraude não paga impostos.</p> <p>Temos que encontrar uma solução, mas não é a área que domina, mas percebe que só através de soluções muito pragmáticas e de grande cooperação entre autoridades, no caso da Europa internamente e a nível dos estados membros e depois com cooperação com outros países terceiros. Por exemplo, se o Brasil souber que está a exportar um café que tem problemas, se avisar o país para onde exporta, bloqueia e alerta para esta possibilidade de fraude.</p>
<p>i) Como vê uso pelas entidades gestoras das IG de ferramentas de informação e relacionamento como QR Codes com informações sobre os produtos ou produtores (para uma experiência dos consumidores mais próxima dos produtores e produtos, por exemplo) ou mesmo da rastreabilidade, venda de produtos em e-commerce market place e outras ferramentas digitais?</p>	<p>Respondido nas questões anteriores.</p>
<p>j) Como vê a evolução das IG nos próximos 10 anos?</p>	<p>Vê as IGs como movimento crescente, basta ver o que aconteceu no Brasil nos últimos anos, para prespetivar que nos próximos 10 não vai ser rmenos. África e Ásia estão também a acordar para estas coisas. Por exemplo, na Tailândia, à 15 anos esteve lá a dar apoio com peritos europeus e hoje em dia registaram 150 IGs, alimentares e não alimentares. Na Europa também recentemente a Comissão Europeia apresentou uma proposta para proteger os não alimentares e só ai vai ser um salto brutal.</p> <p>Vê as IGs como enorme capacidade de crescimento, mas também vê que se as pessoas não pensarem maduramente e não soubermos trabalhar como deve ser, também cresce o disparate exponencialmente. Quando algumas entidades começarem a perceber que isto das IGs é bom, lucrativo e é instrumento vão começar a querer utilizar este instrumneto para coisas vulgares que não têm interesse nenhum, nem para as proprias regiões. Tem que haver bom censo, equilíbrio, e análise administrativa, seja nacional seja comunitária que indica que não cumpre os requisitos para ser uma IG. Por exemplo, não é porque uma senhora</p>

	<p>ontem lançou no mercado uns biscoitos de Lisboa que hoje se regista a IG, tem que haver um tempo, uma prova de ligação ao território, ingredientes que sejam locais, toda uma história para trás. Portanto, isto tem que ser cumprindo sob pena do conceito também ser desfeito.</p> <p>Estes <i>boom</i> também levam a que sejam registados nomes que não tem qualquer ligação a um território, às vezes o tempo corrige, mas tem receio que se não for usado bom censo e não forem técnicos formados a acompanhar estas situações que o conceito se acabe por perder e se torne banal, equiparada a qualquer marca.</p>
--	---

Outras Informações

- A Qualifica/ OriGI n Portugal é a secção portuguesa do Origin, que é uma rede internacional que congrega agrupamentos de produtores de indicações geográficas de mais de 500 agrupamentos e de vários países diferentes, incluindo alguns dos EUA e China. O objetivo é valorizar e defender as IG, com a ótica que se defendem as IG defendem os seus produtores e os seus territórios.

A Eng.^a Ana Soeiro, trabalha no sistema das IG há muitos anos, desde os anos 70 com os produtos portugueses e depois mais afincadamente com as IG desde que a Comissão Europeia apresentou uma proposta para o regulamento para o setor alimentar, em 1987-1988. Acompanhou as negociações com os estados-membros, durante a presidência de Portugal fez a direção do grupo de trabalho, onde trabalhou o regulamento que foi aprovado mais tarde. Quando entraram na UE os estados-membros da ex-união soviética, a Comissão Europeia pediu-lhe e foi na missão da UE a todos os estados-membros para explicar localmente, o que era uma IG, os benefícios e como os Ministérios competentes. Na Europa cada país escolhe o Ministério que lidera, geralmente é o Ministério da Agricultura ou equivalente, porque percebeu-se que as IGs têm uma dupla vertente, a vertente da propriedade intelectual, mas também é um instrumento de desenvolvimento rural. Outros estados-membro optaram pelos Ministério da Indústria ou Justiça, que são os supervisores da questão, porque tutelam o instituto da propriedade local mas depois existe sempre uma grande ligação com a agricultura porque perceberam que a agricultura é aqui a chave mestra das IGs. Existe sempre uma autoridade nacional que dialoga com a União Europeia e depois dentro de cada país, cada um organiza-se como quiser, quer na parte dos pedidos de registo/alteração/cancelamento quer na área da verificação da conformidade. Ou seja, entendeu-se que as IG têm o valor que têm e são o instrumento de desenvolvimento rural, mas tem que existir um controlo para verificar se os produtos são aquilo que efetivamente dizem ser, ou seja, provenientes de uma determinada área geográfica e se têm características de qualidade decorrentes dessa área geográfica, ou seja, os produtos têm que ter uma ligação física, química, histórica ou reputacional a uma determinada região na qual tem origem. A Qualifica funciona efetivamente nesta base.

Questões Extra

k) Como no Brasil não há lei que contemple o controlo das IGs e cada vez mais temos que responsabilizar o agrupamento de produtores por esse controle, como vê essa legislação dando responsabilidade para os agrupamentos, para eles executarem os controlos, mostrarem garantias e uma atuação pública mais de coordenação, mas a responsabilidade ser dos agrupamentos.

Considera que não existe nenhum mal, se os agrupamentos de produtores tiverem capacidade para isso, podem pelo menos fazer muitos controlos. O próprio regulamento comunitário diz que os produtores podem fazer alguns controlos, mas o que acontece é que muitas vezes os agrupamentos de produtores não têm a distância suficiente do produtor para dizer que ele não está a fazer de forma correta. E por isso é que na europa, podendo os produtores fazer alguns controlos internos de forma a ficar mais barato, tem que haver uma entidade externa.

Os produtores podem contratar estas empresas que tem o estatuto de empresa de certificação de produtos, que estão acreditadas pelas ISO só que tem um custo. Mas um controlo feito por uma entidade externa é sempre mais fiável do que os controlos feitos pelos próprios. Deu como exemplo, que o Brasil desenvolveu para agricultura biológica (produção orgânica) um sistema de controlo muito especial. Na legislação da Europa, indica que podem delegar o controlo em pessoas, de uma determinada terra, que tenha conhecimento do produto, que seja uma pessoa considerada, não seja posta em causa por ninguém e tenha o estatuto de pessoa respeitável, podendo assim fazer este controlo. Esta possibilidade irá diminuir os custos em zonas de difícil acesso. Poderá ser uma possibilidade a ser analisada pelo Brasil, uma vez que muitas vezes os produtores, entre eles muitas vezes não têm uma boa relação ou começam a não ter distancia. Mas mesmo com organismos terceiros, nem sempre correm bem, em Portugal há um caso que um produto produzido por 7 ou 8 pequenos e 1 enorme, este grande está sempre a causar problemas, mas como o organismo de controlo recebe muito dinheiro deste produtor, acaba por perdoar e ser muito mais rigoroso com os pequenos.

Não existem soluções perfeitas, os próprios agrupamentos de produtores fazerem o controlo pode ser uma opção, mas tem que o demonstrar, tem que registar o que fizeram e que sanções é que aplicaram aos produtores que não cumpre as regras. Uma das coisas que os produtores podem fazer é o painel de provadores, para verificar se o produto cumpre as regras do sabor, da cor, do cheiro isso é muito importante e dá alguma garantia, mas por exemplo, só podem provar de forma anónima para garantir que a análise não é condicionada. Mas pode ser uma hipótese para começar e depois passar para a entidade externa que custa dinheiro, ou para convencer algum ministro a fazer publicar a lei de controlo oficial, que era necessário para tudo no Brasil, não só para as IG. Neste momento o Ministério das Agriculturas e Pesca pode controlar a qualidade higiene-sanitária dos produtos, não o que diz respeito a ser uma IG. Para credibilizar as IG do Brasil, serão necessários os controlos para credibilizar o sistema, porque por exemplo, chega à europa um café de uma forma de mais tarde, já chega com outras características, as pessoas começam a questionar.

L) Toda a estruturação da institucional das IG, na Europa vem atrelada a uma política de qualidade e depois recai sobre a política da propriedade intelectual, no Brasil primeiro vem a parte da propriedade intelectual. Existem a previsão de algumas legislações para a fiscalização, mas apenas para as IGs de vinhos cachaça, mas trata-se de uma fiscalização muito deficitária, justamente porque a parte da qualidade pega apenas em termos elementar, padronizado e de modelo de referência industrial e não contempla os produtores indiferenciados. Estão a tentar caminhar no sentido de começar a fazer controlos, pode existir um sistema que compartilhe ou atribua responsabilidades aos produtores, mas não pode ficar alheio ou condenação por parte de estado que é o que acontece agora. Como se daria a conjugação entre os cadernos de especificações técnicas, enquanto referencial de qualidade que vai orientar as instituições públicas no controlo e como se daria de maneira muito simplificada as etapas do registo. Com funciona em Portugal? No Brasil, estão a pensar numa parte técnica de uma proposta ou de complementação ou da institucionalidade das IGs, mas não necessariamente retirar do INPI a parte que compete a ele da análise da parte técnica da propriedade intelectual, mas entender como pode o

Ministério da Agricultura se colocar de uma outra maneira complementar e ativa que favoreça esta institucionalidade.

No caso da França, Portugal ou outro estado-membro, o registo de uma IG neste momento é feito pela Comissão Europeia. Em Portugal, há um Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI) assim como, em todos os estados-membros, mas não atua a nível das IG alimentares, dos vinhos e bebidas alcoólicas, tudo isso foi apanhado pela Comissão Europeia. O processo de registo acontece da seguinte forma, um agrupamento de produtores de um produto elabora o Caderno de Especificações e entrega ao Ministério da Agricultura que vai fazer a avaliação técnica do dossier e é este ministério que vai coordenar com o INPI para ver eventuais conflitos com marcas e questões desse género, depois o Ministério da Agricultura se achar que tudo está bem, faz uma publicação nacional e dá um prazo de 30 dias para quem quiser fazer uma oposição e só depois de tudo ficar resolvido é que o processo é encaminhado para a Comissão Europeia para fazer o registo europeu. Para o registo europeu também é feito primeiro uma avaliação técnica e depois publicado no jornal oficial, abre um período de 90 dias para quem quer que seja se queria opor, com regras definidas. Depois se chegam a acordo é registado, se não chegam a acordo a Comissão decide. No caso do Brasil, o agrupamento de produtores vai até ao IMPI e este é que faz o exame do pedido, verificou-se que este instituto não fala nem com o ministério da agricultura, nem das pescas, o que leva a dizer que está incorreto, mas é a legislação brasileira. Possivelmente o IMPI não tem técnicos que saibam de todos os produtos, ninguém sabe de tudo e por isso deveria haver uma maior coordenação entre o IMPI e os diversos ministérios da especialidade, para dar apoio nas questões técnicas do caderno de especificações. Neste momento a Europa está com um problema, dado que a Comissão Europeia, quer passar muitas das competências para o INPI Europa, mas Portugal e a maior parte dos estados membros não querem, dizem que o INPI pode se encarregar da parte técnica, das bases de dados e registos, verificar as marcas e compatibilidade, mas querem que a responsabilidade seja da Comissão Europeia, porque se pretende que as IG continuem a ter uma ligação muito forte ao desenvolvimento rural e tudo o quanto é agricultura ou pescas ou no caso do artesanato ao setor económico competentes, porque sabemos que os IMPIs não tem técnicos que percebam dos vários produtos, deveriam por isso falar com os Ministério competentes.

M) No Brasil, tem uma limitação para muitos produtores que buscam o registo da IG, por exemplo, no caso do queijo com queijo com leite cru, há entraves na parte da legislação da parte sanitária dos produtos, principalmente no pessoal da inspeção. Aí eles onde eles buscam, primeiro o reconhecimento do aspeto típico do produto como registo de IG para poder contrapor inclusive contrapor com os órgãos da fiscalização da parte sanitária. Como é que o equivalente ao Ministério da Agricultura, ou o órgão que faz o controlo sanitário, passa a referenciar os documentos da IG. Se tem uma proteção por parte do estado, precisa ter uma referência sobre a características do produto deste produto até para testar se ele é o legitimo ou não, algo que no Brasil não tem, então o caderno de especificações técnicas que hora neste processo ele passa a ser uma referência para estes serviços fazerem um controlo?

Em Portugal, existe uma previsão legal que diz que qualquer produto com IG tem que cumprir a legislação que lhe é apropriada, se num país não é permitido fazer queijo com leite cru, não vai ser possível mesmo sendo IG. Da mesma forma, que a legislação diz que a rotulagem dos produtos com IG tem que cumprir todos os aspetos legais, não podem dizer que como tem uma IG não são obrigados. Costuma dizer que o produto com IG é um produto que cumpre as regras em vigor desde o chão até ao primeiro andar, do primeiro andar para cima é a IG. Por ser IG, é especial por ser leite das ovelhas da raça A, que tem um teor X, mas não pode ter 33 de gordura se a lei diz que tem que ter no mínimo 40. O que já tem acontecido é ter que se alterar a lei geral, para que alguns produtos possam cumprir certas regras, mas é com cada estado-membro. Pode pedir-se derrogação à lei geral e diz que permite que no

estabelecimento de fabrico de queijo as paredes não precisam ser de pedra, mas serão sempre casos especiais e quando se faz o controlo tem que se analisar as características específicas definidas para a IG.

Todos os queijos, em Portugal, têm que ser controlados pelo regime geral (qualidade, microbiologia, higiene das instalações, rotulagem, rastreabilidade, etc. O controlo oficial vai verificar se tudo está a ser aplicado. Depois, se for um queijo da serra da estrela tem que ser verificado se o leite é produzido por ovelhas da raça A e B e se ovelhas pastaram da forma que está definido, etc. Ou seja, acima da lei uma parte específica, neste caso chamado controlo IG. A parte geral é realizada por organismos de estado, Direção Geral de Veterinária, que faz os queijos todos do país, quando um nome é reconhecido como IG, os produtores para além do controlo geral tem o controlo específico para se ver os pontos especiais daquele produto.

Tanto vale para os produtos orgânicos como os IG, uma cenoura orgânica tem que cumprir as regras gerais e depois as de produto orgânico. Uma cenoura de Lisboa, tem que cumprir todas as regras para as cenouras e mais ainda tem que ser produzido na zona de Lisboa e tem que ter uma cor x, uma forma especial de produzir, etc. Ou seja, as IGs têm dois passos de controlo que em alguns estados-membros, podem ser feitos pela mesma entidade pública, noutros estados-membros, como é o caso de Portugal, a parte geral é feita pela administração pública e a parte específica é delegada a um organismo que faz esse tipo de controlos, quem paga é o produtor. Mas no caso do controle de mercados, já não podem ser delegados, mas a Itália delega quando é no estrangeiro. Os agrupamentos de produtores italianos são tão fortes que mandam inspetores deles, por exemplo ao Brasil e outros países para ver como estão lá os produtos e os relatórios são enviados para as autoridades italianas que lhe pagam uma parte do ordenado para fazer isso. De uma maneira geral, o que a lei diz é que diz que os controlos especiais junto dos produtores podem ser delegados, mas os controlos de mercado são feitos pelas autoridades.

A Europa exporta os produtos com IG e cada vez mais estes produtos estão na pauta, foi pedido o envio.

RESUMO DA ENTREVISTA Maça de Alcobaça

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Susana Costa, Secretária da Associação de Produtores de Alcobaça, entidade gestora da IG

Dia: 23/06/2022

Hora: das 10h30h às 11h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controlos realizados?	Inicialmente fizeram o Caderno de Especificações de acordo como a legislação exigia. Em termos de legislação nacional e comunitária existem mínimos de calibre, de cor, dureza, de brix etc., a associação internamente estabelece esses limites mais apertados, por exemplo, a cor em certas embalagens definem 60% de cor, nas caixas já em 70%, claro que tem que se sempre jogar com o que o supermercado quer. O objetivo é

	<p>diferenciarem-se e serem competitivos com relação as maçãs importadas, porque há uns anos atrás os supermercados apenas tinham maçã importada.</p> <p>Em termos de controle, o Organismos de Controle (OC) faz o que a legislação dispõe e o que está definido no caderno de especificações. Os sócios da associação inscrevem anualmente os produtores que desejam se certificar, a OC tem a lista e depois faz o controle destes e ao nível da central de embalagem, por exemplo se o lote pertence aquele produtor ou não se está dentro das especificações do caderno, em termos de qualidade, verificar a parte da produção em campo etc.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Ao longo do tempo foram fazendo algumas alterações porque a legislação também alterou e quiseram alterar/aumentar a área que tinham, porque tinham produtores em que as suas propriedades estavam metade numa região e metade em outra o que não fazia sentido, uma vez que as características edafo-climáticas que é isso também que dá características diferenciadoras à maçã eram as mesmas.</p> <p>A nível de controle não fizeram qualquer alteração. Os métodos de controle são os mesmos de início. Quem faz os controles é a entidade certificadora que também está indicada no Caderno de Especificações, que é chamado Organismo de Controle (OC) e que faz toda a parte de controle. Há uns anos para cá, a associação começou a fazer uma sensibilização para a questão da qualidade, a incentivar que os produtores trabalhem um pouco melhor, situação que muitas vezes acontecia por desconhecimento, esta sensibilização acabou por ser uma adição ou complemento ao que o Organismo de Controle faz.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>A associação tem uma pessoa formada em qualidade, mas efetivamente o trabalho que fazem é mais de sensibilização.</p> <p>Esta sensibilização é feita semanalmente, a técnica vai passando pelos diversos associados.</p> <p>A associação acaba por fazer trabalho interno, não que a legislação obrigue, mas que instituíram em termos de associação para melhorar. Os sócios enviam para a Associação e OC a lista dos produtores que estão associados, enviam também as produções, ao longo da campanha a associação vai analisando os estoques, acabam por conseguir fazer um controle das produções, por exemplo se um sócio diz que não tem uma variedade não pode ter no mercado disponível. A associação partilha com</p>

	<p>a OC esta informação de forma a ajudar o seu trabalho de controle.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>É sempre a qualidade, tem a ver um pouco também a ver com o preço resultante da valorização da venda por ser IG. A fruta a ser vendida como IG acaba por ser mais valorizada nos supermercados atualmente, porque isso também depende muito das questões comerciais porque há uns anos atrás os supermercados apenas queriam vender produtos de marca branca e aí os produtores que podiam vender como IG não o faziam. Atualmente, os supermercados estão abertos a ter a Maça de Alcobaça, até porque os consumidores já a reconhecem como uma marca de prestígio e notoriedade e acaba por pedir. Nestas condições os preços são sempre baixos porque os custos de produção são cada vez maiores, internamente também definem para a comercialização da Maça de Alcobaça uns critérios de qualidade um pouco superiores ao que o caderno assim exige, ou seja, acabam por trabalhar muito mais a marca coletiva do que a IG. Consideram que a marca também os está a valorizar, que já criou notoriedade junto do consumidor, por isso internamente acabam por trabalhar mais a marca do que a IG. Por isso os associados, vendem a IG numa qualidade premium e ficam sempre com a outras maçãs de qualidade inferior para vender de outra forma.</p> <p>Muitas vezes na seleção, na linha de embalagens, acontece um dos grandes problemas, a seleção que é feita às vezes não é a melhor e acabam por ensacar algumas maçãs com menos qualidade, por isso têm a técnica de controle de qualidade se desloca aos vários locais e que incentiva e alerta para a necessidade do controle.</p> <p>Um desafio grande neste momento é conseguir manter os supermercados com esta abertura para a comercialização da IG. Por outro lado, é conseguir valorizar ao máximo, não só para incentivar os produtores a continuarem a plantar e trabalhar cada vez melhor, mas para saberem que a sua fruta é valorizada.</p> <p>Neste momento, devido à pandemia e à guerra, os custos de produção são cada vez mais elevados, neste momento não só da produção mas também de embalagens.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios</p>	<p>Os produtores têm um caderno de campo, acaba por ser uma cédula de cada pomar, onde registram tudo o que é feito, o que é aplicado etc. Os produtores são obrigados a cumprir com as regras da produção integrada, sendo um requisito nacional e da união europeia.</p>

<p>produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Nem sempre conseguem, devido à falta de técnicos da associação, mas têm a noção dos custos-benefícios, porque os associados vão fazendo essas análises. Percebem perfeitamente que nos últimos anos, as Maças de Alcobaça IG, foram vendidas a um valor um pouco superior com relação ao restantes das maçãs sem terem IG existentes no mercado.</p> <p>Os produtores reconhecem que tem um benefício, mais ainda porque nos últimos anos os custos de produção aumentaram e que se não fosse a IG já estavam com muitos problemas para vender a sua fruta.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>O consumidor hoje em dia está cada vez mais atento e exigente, por isso a associação tenta comunicar que o produto é controlado e que por ser controlado tem segurança de qualidade alimentar. O consumidor já reconhece a marca, resultante muito do grande investimento ao longo do tempo.</p> <p>O produtor está muito sensibilizado para que o trabalho que faz a nível de campo seja um trabalho premium, com uma fruta com a qualidade suficiente para ter competitividade e vender e ter um diferencial, tanto a nível das formas de produção quanto dos produtos que utiliza.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Todos os associados têm um processo de rastreabilidade aplicado que é obrigatório, todos os supermercados também são obrigados a ter, ou seja, é possível saber através do rótulo e do lote, a quem pertence o produto, onde foram embalados e quando, está tudo a nível da rotulagem. Permitindo que caso exista alguma reclamação, facilmente se vá até ao pomar.</p> <p>A informação que está nos rótulos é a que está definida na legislação e que também está nos sistemas de rastreabilidade dos associados. Eles sabem quando estão embalando, sabem quem produziu as maçãs e de onde vêm, qual a parcela de terreno em que foram produzidas. Esta informação está no código de barras e no número de lote.</p> <p>O ano passado alteraram a imagem e criaram o código QR nas embalagens que direciona para o site, onde tem informação sobre a IG. O objetivo é através do QRCode ir ao processo, estão a trabalhar nesse sentido, neste momento direciona para o site e pretendem que após a reformulação que está acontecer do site, que se tenha aceso às</p>

	<p>informações da região, aos produtores, às características da produção, da conservação, etc. O controle dos códigos apenas está a nível interno, conseguem saber de ontem vem todos os produtos, ficando a nível do rótulo, mas os consumidores não tem ainda acesso a esta informação de forma detalhada.</p> <p>Querem que a divulgação e sensibilização seja também a nível de como trabalham, como fazem etc.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>Apenas o Qrcode.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>Fazem o levantamento junto dos associados, compilam e vão controlando dados. A nível de site as informações apenas estão ao nível geral, estando apenas disponível os associados e não os produtores.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Cada um dos associados é que comercializa a sua própria fruta. A associação apenas faz a promoção e divulgação do produto.</p> <p>A mudança que existiu em relação aos supermercados, resulta de muitos anos de investimento na promoção, participação em diversos eventos, procura de um público alvo muito diversificado. A maçã acaba por ser um produto muito saudável, que pode ser consumido de diversas formas.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>Todos os membros que intervêm no sistema das IG estão devidamente certificados e credenciados. A entidade certificadora (OC) é quem faz todo este controle e certifica.</p> <p>A entidade certificadora é apenas uma para todas. Com relação aos laboratórios, cada produtor faz as suas análises onde entender, desde de que use um laboratório acreditado.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>Enquanto entidade de IG não tinham, o único sistema de controle que tinham eram os associados quando visitavam os supermercados e aí a associação comunicava à entidade nacional competente (ASAE). Atualmente a técnica de qualidade também visita alguns supermercados, acabam por fazer diretamente este controle, por outro lado o Estado Português, tem os seus mecanismos de controle, a própria entidade certificadora também faz.</p> <p>Existe a venda através de embalagem de saco plástico e em caixa, neste caso todas as maçãs têm uma etiqueta que acaba por reforçar que é um produto da Maça de Alcobaça IGP.</p>

<p>Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?</p>	<p>Neste momento apenas usam os ensaios tradicionais. Como objetivo querem tentar fazer um projeto para tentar verificar se é possível fazer um ensaio por isótopos, que irá permitir saber se são da zona definida para a IG, uma garantia de origem.</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Para além do já indicado não tem mais nada pensado, mas estão sempre a trabalhar no sentido de melhorar todo o trabalho de controle que é feito.</p>

Outras Informações

- A Maça de Alcobaça, trabalhavam primeiro de uma forma individual, os associados da associação os produtores, utilizavam a imagem da sua empresa para divulgar a vender a IGP, atualmente não acontece, verificaram que quando mais se associarem mais peso têm e por isso juntaram-se de outra forma, neste momento têm uma imagem única, em que todos quando comercializam a maça de Alcobaça IGP (Indicação Geográfica Protegida), usam a imagem da Maça de Alcobaça, usam todos as mesmas embalagens.

- São uma associação um pouco diferente dos outros agrupamentos, entidades gestoras de alguns produtos, não vendem, o grande objetivo é a promoção e divulgação da IG. Incentivam a qualidade, promovendo a IGP, incentivam ao controle. Por outro lado, os sócios são associações de produtores, ou produtores coletivos que têm centrais de embalagem e que produzem a fruta, ou seja, funcionam quase como cooperativas. Têm a sua empresa, a própria empresa tem os seus produtores que produzem e que colocam a fruta nas centrais de embalagem, onde são armazenadas, embaladas e comercializadas.

- Considera que deve existir um equilíbrio quando se fazem os controles, é preferível ir sendo implementado gradualmente a exigência, conseguindo-se incentivar e mostrar que quanto mais controle existir melhor serão os resultados. Quanto mais as informações existirem mais se consegue cruzar informação e melhor controle se faz, por exemplo, se existir por produtor o registo das suas produções e depois as vendas por campanha que estes tiveram, claro que estes controles apenas são eficientes se junto se fizerem verificações no terreno.

RESUMO DA ENTREVISTA INAO

GESTORAS NACIONAIS DE IG

Entrevistado: Alexandre Levy – Chefe adjunto do Departamento Legal Internacional da Gestão de IGs francesas | Departamento responsável pela proteção das IGs a nível nacional e internacional

Dia: 01/06/2022

Hora: das 11h às 12h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como é realizado o controle e acompanhamento das IG após o registo?</p>	<p>Em termos de modificações ao nível das condições de produção e controle, regras de <i>labelling</i>, etc., todos os tópicos que são geridos dentro das especificações reconhecidas têm que ser submetidos por um dos comitês. Têm comitês nacionais responsáveis por cada tipo de IGs. Quando é necessário fazer modificações, à exceção de mudanças mínimas, são estes comitês que reconhecem. Depois, estas alterações são submetidas à UE para se realizar o registo e verificação final. Em suma, têm sempre dois níveis: o controle e verificação ao nível nacional e, em seguida, ao nível da Comissão Europeia.</p> <p>Relativamente à proteção legal, por um lado tem organismos de controle que responsáveis pela verificação das condições antes do marketing e comercialização do produto. E, depois da comercialização, existe controle e proteção (ao nível da apropriação/utilização do nome, fraude) por parte de organismos nacionais como os “serviços nacionais de alimentação” [trata-se das autoridades responsáveis pela fiscalização da segurança dos alimentos e aspectos da concorrência e venda de alimentos e bebidas]. Estes organismos são os órgãos ou agências do governo responsáveis pelo aspecto sanitário e controle da rotulagem dos produtos alimentares.</p> <p>O INAO é também responsável pelo controle de “referências indiretas” ao nome de IGs, ou seja, não existem informações falsas no <i>labelling</i>, mas sim referências que podem confundir o consumidor e levá-lo a pensar que está a comprar um produto reconhecido. A título de exemplo, champayne em vez de champagne, isto é, não é exatamente o nome, mas dá a ideia disso.</p>
<p>Quais as principais dores detetados no controle, assim como as soluções que desenvolveram / desenvolvem para eliminar os problemas?</p>	<p>Não aplicável de acordo com as informações transmitidas na entrevista.</p>
<p>Como gerem a divulgação das IG, das organizações gestoras das IG, organismos de controle e certificação e restantes entidades envolvidas?</p>	<p>No site do INAO compilam várias informações sobre as IGs, nomeadamente as especificações, o endereço da associação de produtores, tipo de produto, descrição, a história do produto. Isto é, algumas das informações não são do foro legal ou formais, mas sim informais com o objetivo de divulgar/informar consumidor.</p>

	<p>O site do INAO pretende ser uma plataforma onde se pode compilar o máximo de informações relacionadas com as IGs. Têm um pequeno departamento de comunicação (são uma organização pequena) e têm como principal objetivo comunicar “<i>official science</i>” que está relacionada com as IGs, produtos de agricultura orgânica e <i>os produtos com o Label Rouge</i> (que é um selo ao nível nacional mais relacionado com a qualidade dos produtos) para valorização de alguns tipos de produção.</p> <p>O INAO não comunica especificamente cada produto com IG, é mais responsável pela comunicação global do sistema. A responsabilidade de comunicar os produtos é das associações de produtores ou dos <i>interprofessions</i> (um grupo de produtores maior que engloba várias associações de produtores menores; uma espécie de federação para o mesmo produto).</p>
<p>Quais os sistemas que utilizam para detetar infrações? Os grupos de <i>interprofessions</i> também são responsáveis pela proteção? Como funciona o processo depois de detetada a infração?</p>	<p>Os grupos de <i>interprofessions</i> ou associação de produtores são também responsáveis pela proteção e controle do uso dos <i>labels</i>. A responsabilidade de proteção é partilhada entre o INAO e estes grupos.</p> <p>Quando estes grupos detectam infrações comunicam aos órgãos oficiais que têm a competência e obrigação de agir. As administrações têm a obrigação legal de agir contra uma infração e, muitas vezes, existem processos de investigação e verificação para ter a certeza que é uma infração real.</p> <p>Há cerca de 20 anos, o INAO montou/configurou um sistema específico informático de monitorização dos registos de marcas. Este é um sistema totalmente automático, onde o INAO introduziu todos os nomes de IGs francesas. Quando uma <i>trademark</i> é registada, em qualquer lugar do mundo, e contém uma referência a uma IG francesa, o sistema lança um alerta automático para a caixa de e-mail. O alerta é recebido e é realizada uma avaliação para perceber se é uma infração real.</p> <p>Em suma, o INAO tem duas formas de proteger: uma mais simples e informal através do <i>de denúncias do mercado (usuários, outras empresas) market</i>, isto é, mediante uma queixa informal de uma pessoa no supermercado; ou através da monitorização dos <i>escritórios de PI (IP offices)</i> que controlam e verificam todas as candidaturas para ter a certeza que não existe apropriação do nome das IGs francesas.</p> <p>Quanto à monitorização dos produtos vendidos eletronicamente (em plataformas eletrônicas, por</p>

	<p>exemplo, como os <i>marketplaces</i> como a Amazon), não fazem essa monitorização e não têm os recursos para tal. No entanto, todos os dias recebem alertas de consumidores, produtores ou colegas de outros países.</p>
<p>Utilizam tecnologias digitais no registo e modificações de produtos IG?</p>	<p>Ao nível nacional é muito mais tradicional, as tecnologias digitais não são amplamente utilizadas. O registo e modificações não são obrigatoriamente realizados por computador e, na sua maioria, acontecem em papel. No entanto, a ligação/conexão com a Comissão Europeia é realizada 100% digital, com acesso a BD, <i>gates</i> específicos para submissão de documentos, etc.</p> <p>Não têm projetos neste âmbito, mas assume que querem tornar os seus processos de gestão mais digitais. No entanto, neste momento, não têm os recursos humanos necessários/suficientes para tal.</p>
<p>Tem alguma tecnologia digital, que permita ao consumidor verificar todo o processo referente ao produto IG?</p>	<p>Não está no escopo das suas atividades.</p>
<p>Como controla o uso do selo da IG?</p>	<p>Não controla, exceto por meio do mecanismo das denúncias mencionado. O controle é feito, por um lado, pelas autoridades de segurança dos alimentos e concorrência ou pelas gestoras das IG.</p>
<p>Tem contato direto com as gestoras de outros países, de forma a criarem mecanismos semelhantes de controlo e partilha de informação?</p>	<p>Não.</p>
<p>Daqui a 10 anos como expectativa a evolução das IG?</p>	<p>Considera que um dos maiores desafios será trabalhar de forma próxima com as grandes empresas de vendas online porque estes têm os alertas e infrações mais complicadas de resolver. É necessário mais trabalho antes da ação legal contra os infratores, assim como são necessárias mais ferramentas que auxiliem neste processo. Estão em conversações com muitas destas companhias, mas está a ser um processo complicado.</p> <p>O ideal seria existir um sistema de filtro automático nestas multinacionais. A título de exemplo, transferir todos os nomes de IGs para estas grandes plataformas online onde, posteriormente, seria possível filtrar e avaliar se o produto é contrafeito ou não. Utilizar tecnologias como <i>big data</i> para fazer o <i>scan</i> dos produtos IGs. Ressalva o facto de, em termos legais, existir um desequilíbrio claro entre a proteção dos produtos IG e a proteção destas grandes</p>

	<p>companhias com muito poder económico e que acabam por, geralmente, ser favorecidas.</p>
<p>Quais os principais motivos das caducidades das IG?</p>	<p>Não aplicável de acordo com as informações transmitidas na entrevista.</p>
<p>O sistema francês, é obrigatório o uso de organismos de certificação acreditados? E laboratórios acreditados?</p>	<p>Antigamente, tinham um sistema híbrido: tinham organismos externos de controlo e também o controlo interno levado a cabo pelo INAO diretamente com os produtores.</p> <p>Atualmente, o INAO tem o controle e certificação delegado a 100% a órgãos de controle. O INAO supervisiona o trabalho destes órgãos de controle, isto é, é o órgão de controle/certificação destes órgãos de controle que, por sua vez, fazem o controle dos produtos IG.</p> <p>Têm três níveis de controle: 1º autocontrole (<i>self-control</i>) por parte dos produtores; 2º controle interno (<i>intern control</i>) realizado pelos grupos de produtores; 3º órgãos de controle (<i>control bodies</i>) responsáveis pelo controle a dois níveis, isto é, controlam os grupos de produtores e controlam diretamente nos produtores. A INAO está responsável por avaliar os grupos de produtores.</p>
<p>Como é escolhido o Organismo de Controlo e Certificação? Quais os requisitos que são tidos em consideração?</p>	<p>Antes de todo este esquema de controle mencionado anteriormente, o INAO faz a designação de órgãos de controle para a qual é requerida a acreditação pelo COFRAC – o Organismo Nacional de Acreditação francês (e, conseqüentemente, com base nas normas internacionais). Neste momento, têm cerca de 12 a 14 órgãos de controle reconhecidos/designados para IGs e para agricultura orgânica.</p> <p>O INAO designa os órgãos de controle com base na acreditação do COFRAC relativamente às normas internacionais de controle. Posteriormente, são os grupos de produtores e/ou produtores que escolhem um órgão de controle entre aqueles que já são reconhecidos pelo INAO. É um requisito ser acreditado pelo COFRAC para, posteriormente, poderem ser aceites pelo INAO. [Nota: o entrevistado por vezes usou a expressão “acreditados pelo INAO”, mas ao se fazerem perguntas mais específicas ficou claro que o INAO opera um sistema de designação/reconhecimento e que o processo de acreditação é o processo corrente do COFRAC]</p> <p>O INAO tem também um comité nacional de controle que define um conjunto de regras para o controle das IGs e para todos os produtos orgânicos. Estas regras são obrigatórias para todos os produtos IG e algumas são específicas para o</p>

	<p>tipo de produção e produto. O processo está harmonizado, isto é, os produtores não podem escolher só um tipo de controle (documentação, químico etc.). Têm que seguir o procedimento para cada tipo de produto e tendo em conta estas especificações, o produtor ou grupo de produtores pode escolher o órgão de controle.</p> <p>Realça que todo este processo/esquema de controle segue a regulação comum das IGs ao nível da UE e, ao nível interno (em França), têm diretivas e diretrizes que também são seguidas. Cada IG têm ainda um plano específico de controle.</p>
<p>Há alguma relação formal entre a DGADR e o IPAC?</p>	<p>Não se aplica ao INAO.</p>

Outras Informações

- INAO é responsável pela gestão, controle, verificação, reconhecimento e proteção das IGSs. São responsáveis pela proteção legal a dois níveis: ao nível interno (França) protegem as IGs francesas e as IGs internacionais com proteção em França; a nível externo (fora do país) são apenas responsáveis pela proteção de IGs francesas.

- Disponibilizou-se para fazer a ponte de contacto com a Gruyère.

RESUMO DA ENTREVISTA Federação dos Cafeicultores do Cerrado

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Juliano Tarabal, Superintendente na Federação dos Cafeicultores do Cerrado

Dia: 20/05/2022

Hora: das 10h30h às 11h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Tem um conselho regulador, constituído por 7 membros, que discute todo o conteúdo, conjunto de normas, regras, processos que são seguidos pelos usuários da denominação de origem. A cadeia de usuários que envolve produtor, cooperativa, armazéns, exportadores e torrefador.</p> <p>O conjunto de normas é definido pelo conselho regulador que com apoio técnico, quando necessário tomam todas as medidas definidas no caderno de especificações.</p> <p>Em termos de controle, existem alguns passos, o produtor tem que fazer parte da área demarcada, a propriedade tem que estar a pelo menos 800 m de altitude, a produção tem</p>

	<p>que ser de café da espécie arábica, o café tem que ser depositado em armazéns credenciados pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado, o produtor tem que assinar um termo de atendimento à legislação brasileira social, ambiental e trabalhista, o café tem que pontuar pelo menos 80 pontos (escala de 0-100 – escala internacional dos cafés especiais), tem que ser armazenado numa sacaria oficial da região do Cerrado Mineiro, o produtor tem que ser credenciado na federação, tem que ser cadastrado. Através deste cadastro, a Federação coloca no sistema da IG, que é o principal sistema de controle da IG, onde estão todos os produtores que fazem parte da IG, são cerca de 1000. No cadastro existem dados pessoais, socioeconômicos, ambientais e técnicos das propriedades (geolocalização, história, fotos, características do solo etc.). Estas informações alimentam a rastreabilidade.</p> <p>A intranet, foi um investimento próprio com apoio do SEBRAE, tinham 3 técnicos de TI, em que havia um mapeamento do processo e eles sistematizando. Em 2022 atingem 1 milhão de sacas que passaram por este sistema, não é mais um piloto, já funciona mesmo, o café do cerrado IG está em 6 continentes neste momento.</p> <p>A rastreabilidade vai até na ponta, no momento da certificação do café, o solicitante do selo de origem tem que informar o comprador, vai imputando no sistema e consegue por isso fazer a rastreabilidade até na ponta, até onde o café verde chega. Se for solicitado o selo de origem do café industrializados também tem o controle. O sistema faz a gestão do controle da IG tanto no café verde como industrializado, apesar do <i>core business</i> ser o café verde, também têm o selo para café industrializado. Então o torrefador que compra o café verde da região Cerrado Mineiro com o selo origem, pode também solicitar a certificação para o café industrializado. Ele faz isso através do sistema de rastreabilidade da IG, ele entra no sistema, cadastra-se, insere o código de rastreio do lote que ele pretende certificar e é fornecido o selo, tanto impresso como para imprimir direto na embalagem dele. A exigência da denominação de origem não atinge o processo de torra, porque é muito próprio de cada torreador, apenas fica na produção e não na transformação.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>O ano passado realizaram uma atualização do caderno de especificações junto do INPI. Anteriormente o INPI não permitia alterações, mas foi muito bom terem revisto esta situação, porque a denominação de origem é um processo vivo, as normas definidas à 10 anos atrás podem não fazer</p>

	<p>sentido na atualidade. As alterações estavam relacionadas com a qualidade, mudaram a certificação do café de 0,75 pontos para 0,85 pontos.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>Têm alguns programas que incentivam tanto a qualidade como a sustentabilidade, os produtores eles têm também a assistência das cooperativas ou de revendas ou do próprio SEBRAE que tem um programa do campo que presta assistência técnica voltada para a gestão das propriedades, do qual a Federação também é parceira. O investimento da Federação vai mais na linha da produção de qualidade, tem um programa que é o Cluster de Qualidade no qual capacitam centenas de produtores para que aumentem a qualidade dos cafés. Tem o Prêmio da Região do Cerrado Mineiro, que este ano entra no 10º ano de realização e pretendem incentivar a produção de qualidade. Com isto tudo aumentou 4 pontos a média a pontuação do café produzido na IG.</p> <p>Têm também programas de Sustentabilidade, tem o consórcio Cerrado das Águas que incentiva para a práticas regenerativas (sustentáveis), para os produtores que estão dentro da DO Cerrado Mineiro. Isto vai no pacote de oferta, então o Café DO Cerrado Mineiro tem qualidade, boas práticas, sustentabilidade, rastreabilidade, um conjunto de ações que incorporam e ajudam o produtor a fazer mais e melhor.</p> <p>A nível do controle da rastreabilidade tem uma auditoria de terceira parte à 5 anos, devem ser a única IG no Brasil a ter, esta é feita por um Instituto, o Totum. Este audita a Federação ao nível de toda a cadeia anualmente, sendo emitido um relatório anual, com a implementação das melhorias indicadas.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>Trabalham constantemente a geração de demanda, desenvolvimento de mercado, porque a base de uma IG é a notoriedade, é o mercado demandar esse produto.</p> <p>O investimento vai nesse sentido e dá resultado, têm aumentado de ano para ano. O primeiro <i>Core bussines</i> é gerar demanda, ai surge a necessidade de proteção, tem uso indevido da marca Cerrado Mineiro, tem, quanto mais famoso, mais necessidade de controle tem que existir. O controle é muito complexo de ser feito, é uma cadeia global, não tem muita tecnologia disponível e investimento também para cercar tudo o que precisa. Mas o controle é também um investimento contínuo e a federação está com algumas tecnologias em estudo para aplicar ainda este ano, uma delas é o blockchain que vão fazer um piloto ainda este</p>

	<p>ano, e a outra não pode indicar porque tem contrato de sigilo. Mas esta é uma tecnologia que não existe ainda no café e vai focar no controle, que irá permitir falar no controle, proteção e promoção, tecnologia científica, tem 3 anos de pesquisa.</p> <p>Assim falando de geração de demanda, controle e promoção são os três pilares constantes de investimento de uma IG.</p> <p>Colocando do lado do produtor, os principais desafios de hoje são as questões climáticas. O consórcio Cerrado das Águas está a tentar dar resposta as estas questões.</p> <p>Gestão de custos é um desafio constante, por exemplo, os fertilizantes atingiram um custo bastante elevado, então aposta é em fertilizantes biológicos e o Cerrado já está a fazer a implementar.</p> <p>A qualidade é muito mais uma oportunidade do que um desafio, porque já é uma realidade para o produtor. Transformação digital também é um desafio, mas tem que ser muito bem pensado, porque está surgindo muita coisa que foi desenvolvida sem conhecerem a realidade do terreno e não vão ter resultados, não são executáveis.</p> <p>O produtor tem que ser o protagonista. A transformação digital passa primeiro por uma questão de fazer chegar a internet a toda a área de produção, mas tem hoje soluções para isso. Por outro lado, tem que ter educação, formar os produtores nestas jornadas de transformação digital, não é apenas o desenvolvimento de sistemas, a federação pode ajudar na capacitação, para a maior parte dos produtores trata-se de um tema abstrato.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>O produtor não faz autocontrole.</p> <p>O controle é feito por hábitos de prova que são credenciados da federação, o perito não é apto a fazer o autocontrole da sua qualidade, existe uma norma internacional, tem profissionais credenciados da Federação para fazer essa avaliação da qualidade de forma terceirizada.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Não têm um estudo realizado cientificamente.</p> <p>Empiricamente falado, para o produtor o custo é irrisório, porque no caso do Cerrado Mineiro, ele paga a 50-600 R\$/ano para participar, varia com o tamanho da propriedade, são 4 categorias, para certificar o café a Federação não cobra ao produtor, porque a cooperativa já paga uma taxa para fazer parte (paga de acordo com o</p>

	<p>volume de movimentação da cooperativa) por o produtor já estar associado à cooperativa a Federação não cobra o serviço de rastreabilidade, certificado de origem, laudo de qualidade, ou seja, não tem custo para o produtor que é vinculado a uma cooperativa e credenciado na federação. A Federação consegue neste modelo de negócio viabilizar uma ferramenta para os produtores gerar diferencial no mercado, sem nenhum custo direto envolvido na selagem do café, esse custo de 50-600 R\$/ano quem não está preparado para entrar nesse negócio não está preparado para trabalhar com DO.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>Felizmente já têm esta percepção. Por exemplo, neste momento cada vez mais produtores torram o seu café, mesmo que sendo micro lotes eles já despertam a consciência que têm de ter marca da região para colocar neste café, para além das embalagens até mesmo quando fazem materiais de publicidade pedem a licença para colocar a marca.</p> <p>No mercado, tem crescido o interesse pelo uso do selo, por cafetarias e micro-torrefações e o case de sucesso é a Lucca Cafés Especiais, em Curitiba. Eles começaram a educar o consumidor. Apresentam ao cliente a embalagem do café que vão beber e como podem rastrear e acessar à informação de todo o processo de produção. O processo da IG está muito relacionado com a educação constante para o consumo.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Nestemomento o maior volume de café do Cerrado, 90%, vai para o mercado internacional, principalmente Europa. O pessoal quer uma garantia de que o café é do cerrado, porque sabem que há o Cerrado Fake. O principal <i>hub</i> de café no Brasil é o Sul de Minas, mas vai café de Cerrado para lá, este tem características técnicas globais de qualidade melhores, e ai o exportador mistura para melhorar o café de Sul de Minas e vende como Cerrado. Esta situação está comprovada. A tecnologia que estão a desenvolver, neste momento, é para detectar se o café é 100% ou não Mineiro, a busca é normalizar quando é comunicado como Cerrado Mineiro.</p> <p>E termos de blockchain vai ser desenvolvido um piloto nesta na safra, para testar a tecnologia.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>Inclui o blockchain e um método de rastreabilidade com análises químicas.</p>

<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>O registro é realizado de forma digital, tem um programa “Integra Cerrado” em que as informações são coletadas no campo, num tablet ou pc e quando ligam o acesso com internet os dados são integradas diretamente na base de dados da Federação.</p> <p>A atualização é feita junto do produtor e das cooperativas, tem um departamento de denominação de origem, com duas pessoas que cuidam da base de cadastro.</p> <p>Na parte da divulgação, com o recurso Qrcode, é possível entrar na página de rastreabilidade e conhecer o produtor, a sua história e todo a parte da produção. O Qrcode está em funcionamento desde 2012. Este ano completam 1 milhão de sacas que passaram por este sistema, 13 hubs de armazéns que podem credenciar o café, 1000 produtores, 7 cooperativas, 7 exportadores, mais de 70 compradores no mundo inteiro.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>A promoção funciona muito via eventos, com uma agenda anual de eventos internacionais, com exposições e feiras. Credenciam canais de exportadores e preparam eles para fazer a comercialização do café com a Denominação de Origem. A Federação tem 6 exportadores credenciados que atuam no mercado internacional, fornecem materiais para que possam levar a mensagem. Seria mais eficiente chegar no importador, estão a tentar chegar até eles. Já fizeram alguns <i>road show</i> para torrefedores, nos EUA e este ano tem agendados na Europa.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>Todos que entram no sistema tem documentações necessárias, cumprem com as exigências e podem ser auditados durante as auditorias de 3 parte.</p> <p>Quem está dentro do sistema, já está num nível de maturidade, apenas existem melhorias nos relatórios, não tem sido detectadas fraudes.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>Realizaram uma auditoria no varejo de São Paulo, auditoria de 3ª parte, visitaram lojas e supermercados levantaram vários casos de uso indevido e com isso fizeram os contatos e notificaram para adequar o uso.</p> <p>Realizaram um mapeamento no mercado internacional, que deu uma visão bastante interessante, de como o Cerrado Mineiro já é comunicado. Mas é mais complexo, tem os controles nos EUA a marca é registrada como marca certificada, na Europa, existe o acordo com a União Europeia, mas mesmo assim estão registrados como marca coletiva, para alguns países da Ásia também já estão como marca certificada.</p>

	Tem que fazer um investimento de promoção do mercado internacional, para que o mercado conheça mais como funciona o sistema de DO.
Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?	O novo projeto que estão a desenvolver tem a rastreabilidade ao nível da parte química, será para aplicar a curto prazo.
Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?	<p>Vão usar o blockchain</p> <p>De tempos em tempos têm que se implementadas inovações, além de terem que ser implementados controles existe uma necessidade de inovar, o mercado precisa dessas inovações e novidades.</p> <p>O Qrcode dá resposta em termos de rastreabilidade, mas o blockchain incrementa mais segurança e dá mais credibilidade ao processo. A Federação busca tecnologias tanto para a questão de proteção como de promoção.</p> <p>Usavam código de barras e quando surgiu O Qrcode tornou-se muito mais atual e hoje em dia toda a gente usa, após a pandemia mais ainda.</p>

Outras Informações

- As formações e sensibilizações em termos da cultura de transformação digital tem que começar nas cooperativas para que possam disseminar e chegar até aos produtores.

- De acordo com a Federação existe neste momento uma fragilidade jurídica no Brasil neste momento, não existe segurança para mover um processo jurídico contra uma marca que está fazendo uso indevido da marca do Cerrado Mineiro, porque não sentem segurança do INPI. Tem alguns casos de uso indevido, a indústria já foi notificada, ficam a pensar se vão mover um processo, mas quando analisam a informação obtida do INPI ficam com receio de perder as causas, consideram que a lei tem que ser alterada. A situação tem que ser analisada com o INPI, já tentaram, mas não têm sido possível conseguir efetivamente reunir. O marco legal tem que ser revisto urgentemente, porque as marcas estão usurpando a marca do Cerrado Mineiro e mesmo outras, como o queijo da canastra e outras, estão no mercado e os consumidores estão sendo enganados. Marina e Tafuri, sugeriram tentar tratar junto do Ministério da Agricultura, por meio da ABDI etc. e vão tentar ajudar a desbloquear para que seja um assunto debatido. Sugerido pela Federação realizar uma reunião com as principais indústrias, SEBRAE, INPI, ABDI, Ministério da Economia, Ministério da Agricultura, CNA etc. para reforçar a questão da importância das IG's e uso das marcas.

RESUMO DA ENTREVISTA SINDICER

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Ricardo Patronni, responsável pelo projeto da IG, desde 2017. Gestor da IG desde 2019

Dia: 06/06/2022

Hora: das 15h00h às 15h45

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>O Caderno de Especificações Técnicas foi aprovado pelo INPI e foi revisto pelo Conselho Regulador. A primeira coisa que fizeram após a certificação foi criação e eleição do Conselho Regulador, este conselho foi revendo todos os processos e realizando as adaptações necessárias.</p> <p>O controle é feito totalmente pelo conselho, tem um regimento interno onde estão dispostas todas as características de como é fiscalizado, a periodicidade que os membros do conselho têm que visitar as fábricas, as documentações que são exigidas. Está tudo internamente centrado no conselho regulador e no regimento, regulamento da IG.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Até ao momento não tiveram necessidade.</p> <p>Têm a listagem das cerâmicas que estão de acordo com o processo produtivo da IG e conseguem ter controle tanto das fábricas grandes como dos produtores pequenos. O padrão de produção é o mesmo, mesmo que as máquinas mudem um pouco, focam muito na matéria prima.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>Fizeram uma visita preliminar em todas as fábricas, uma visita explicativa onde apresentaram a IG e como tudo funciona, os benefícios o que precisavam enquadrar etc. Conseguiram chegar a todo os produtores e fabricantes.</p> <p>Nesta visita deixavam uma ficha com toda a explicação de como fazer para obter a certificação junto do sindicato de classe. Após preencherem a ficha, é feita nova visita (4 membros do conselho regulador) para avaliar a fábrica. Verifica-se desde a matéria prima até se cumprem todos os processos produtivos, se cumprem o que está definido no manual em termos de defeitos. Têm também uma equipe dentro do SINDICER que trabalha na parte do marketing que dá todo o apoio aos produtores em termos de uso do selo (como aplicar, como usar, etc.), fazem também visitas de acordo com a demanda dos fabricantes.</p> <p>Tem uma pessoa do SINDICER que está em contato com os produtores semanalmente.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>O maior desafio é a utilização do selo, entenderem a realidade e potencial do selo, tudo é muito recente com a IG. Tem que continuar a existir um trabalho de</p>

	<p>sensibilização. No workshop que fizeram em maio, um dos maiores fabricantes, mostrou a sua experiência e os mercados que conseguiu chegar com essa certificação de IG .. Neste momento considera que o desafio é convencer os responsáveis das fábricas do benefício da IG, que entenda com um investimento e não como um gasto.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Não tem neste momento, nem têm definido.</p> <p>Em termos de qualidade não tem parâmetros definidos, devido às características da produção e variedade de materiais, diferentes linhas. Neste momento a IG apenas foca na parte dos defeitos, tendo sido feito o manual.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Em termos de valores ainda não tem nada, é tudo muito recente, tem relatos de casos de sucesso para tentar convencer os restantes dos benefícios que podem existir.</p> <p>Não tem ainda material em termos de custo-benefício da IG na expansão de negócio. Não tem ainda informação nem definido como vão fazer, está na pauta da discussão do Conselho Regulador para o segundo semestre.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>Verificaram que a partir do momento que colocaram os selos de procedência, os consumidores começaram a questionar o que eram, e nas lojas começaram a verificar que os clientes começaram a optar por levar com a marca para ter a certeza de que era de Porto Ferreira. Os produtores, na sua maioria já perceberam que ao utilizar a marca começam a ter mais vendas. Foi desenvolvido um manual de entidade visual, para utilizar nos materiais, nas lojas, em materiais de divulgação etc. A valorização e aumento do valor agregado do produto começa a ser visível.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Implementaram um Qrcode desde o início.</p> <p>Fizeram um projeto piloto, com base em muitos exemplos da área alimentícia, onde aplicaram o Qrcode com o objetivo de se obter rastreabilidade.. O consumidor quer conhecer a fábrica, a história, o processo e acaba por chegar também as outras fabricas e querer mais produtos.</p> <p>Na visita técnica de certificação é preenchida uma matriz de avaliação de controle, assinada por 3 membros do conselho, são respondidas a algumas questões pelos produtores, após isso é feita uma reunião dando origem a uma ata registada em cartório e emitido o certificado. Após a emissão do certificado, a equipa de marketing, manda todo o material de entidade visual, cria o código de cada fábrica,</p>

	<p>assim como o QRCode e a página institucional de acordo com a informação enviada pela fábrica.</p> <p>Mas neste momento não conseguem fazer a análise em termos de quem é este consumidor, aonde chegam os produtos de forma a analisar o mercado e também dar respostas adequadas. É uma melhoria que tem que introduzir.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>Ainda estão em análise, tem alguns contatos, mas com a pandemia acabou por ficar sem avanços.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>O SINDICER tem um banco de dados com todos os cadastros de fabricantes. Para obter a certificação, não tem que ser associado ao sindicato, os selos de procedência são emitidos pelo SINDICER, com a questão da rastreabilidade e da proteção. Ali conseguem garantir os números que são emitidos e o controle das fábricas certificadas.</p> <p>Neste momento tem cerca de 40 fábricas que possuem potencial para obter a certificação, que são registradas e tem toda a documentação. Neste momento são 33 que estão certificadas.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Não têm canal próprio das fábricas certificadas. Cada fábrica comercializa os seus produtos em atacado ou em varejo, a maioria das cerâmicas de Porto Ferreira trabalha em atacado, tem também as suas lojas na cidade e muitas também vendem em algumas plataformas de market place do Brasil. Como exemplo, existe uma plataforma criada pelo Ricardo, Shopping Virtual da Decoração, tem mais de 60-70% das fábricas certificadas. Pretendem implementar um link único onde os clientes possam encontrar apenas os produtos certificados de procedência, mas muitas destas fábricas certificadas apenas vendem em atacado ou em outros locais em que se comprometem com toda a sua produção, por isso são muitos casos distintos e que fica difícil colocar tudo numa plataforma.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>A única coisa que é pedido para as empresas são documentos básicos (cadastro na prefeitura, alvará de funcionamento, bombeiros etc.) para a empresa funcionar.</p> <p>A nível de todo o procedimento de controle da IG apenas o SINDICER faz o controle, não tem nenhuma entidade externa. Até ao momento é suficiente. Mas está sendo analisado a criação de um laboratório único dos fabricantes que seria vinculado ao sindicato de classe, para controle e padronizar a matéria prima, criar uma escola junto do laboratório etc.</p>

Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?	É tudo recente, começaram a usar o selo da IG no final do ano passado. Não tem ainda casos de uso indevido, ou uso por outra fábrica que não esteja no domínio geográfico. Mas não têm ainda nenhum tipo de controle em relação a isso. Nem pensaram como vão aplicar, apesar de já terem falado em reuniões.
Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?	Não tem ainda.
Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?	Usam o Qrcode, não pensaram ainda em outras tecnologias, mas consideram que é totalmente necessário implementar tecnologias e ter dados. Consideram que seria importante os produtores perceberem o mercado. Obter cada vez mais dados, por exemplo de outras fábricas certificadas. Com os dados é sempre possível convencer novos produtores.

Outras Informações

- Aprovação da IG em 2019, evento de lançamento apenas em 2021. Envolvem as escolas e toda a população de Porto Ferreira.

RESUMO DA ENTREVISTA Associação Cacau Sul da Bahia

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Cristiano Santana, Diretor Executivo da IG do Sul da Bahia de amêndoas de cacau

Dia: 20/05/2022

Hora: das 08h30h às 09h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?	Foi definido na formulação do processo de reconhecimento, por várias reuniões: reuniões de sensibilização com produtores, reuniões técnicas, com as instituições, com as cooperativas, associações de produtores, a Ceplac, universidades, etc. Em termos de controle, o caderno define duas frentes, a questão da origem e a questão da qualidade. Trabalham a

	<p>rastreabilidade das amêndoas de cacau, faz-se um cadastro e visita às propriedades. Com o sistema de rastreabilidade rastreiam todos os lotes que o produtor tem de cacau, tanto na questão da origem, coordenadas geográficas, informações do produtor, da propriedade etc. Em relação à qualidade o produtor tem que fazer uma análise prévia e enviar para a associação, para ver se as amêndoas do cacau cumprem as especificações definidas no caderno. Depois quando se faz a visita de campo é realizado um novo teste na propriedade e passando no teste são transferidas as embalagens, colocam o Qrcode, lacram tudo e trazem a amostra de contraprova para o laboratório onde fazem nova análise. Depois se o produtor quiser faz-se uma quarta análise, análise sensorial do produto, para garantir as condições organolépticas.</p> <p>Possuem dois sistemas de rastreabilidade, estão fazendo uma transição de um sistema fechado, em que eles mesmo, inserem todos os dados para um sistema blockchain em que o produtor começa também a fazer parte dessa rastreabilidade a ter um papel mais ativo.</p> <p>Estão tentando fechar algumas parcerias para fazer rastreamento e comprovação de todas as questões ligadas à parte sócio-ambiental, como habitação, trabalhistas, conservação de florestas e matas, respeitar as questões ambientais, que pretendem colocar dentro do sistema também.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Fizeram apenas uma alteração via conselho regulador, colocaram um anexo de questão técnica de controle de qualidade dos lotes, em termos das especificações do cacau, ou seja, umidades, fermentação, impurezas etc. O restante da informação do caderno manteve-se.</p> <p>Logo farão uma nova atualização referente às especificações técnicas de controle, com o decorrer do tempo vão observando falhas em relação ao mercado e por isso vão fazer alterações a nível dos critérios de fermentação e acidez. As alterações são relacionadas com as características do produto.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>A IG não fornece assistência técnica, mas trabalham em parceria com os órgãos de assistência técnica.</p> <p>Por exemplo, lançaram materiais de orientação técnica aos produtores, cartilhas e capacitam técnicos do CNA, que é o órgão que trabalha para a FAEB, para usarem estas cartilhas como materiais para qualidade do cacau.</p>

	<p>O Centro de inovação do cacau faz as análises e o produtor tem orientações por meio deste centro.</p> <p>A nível do SEBRAE conseguiram inserir no caderno do SEBRAE TEC a consultoria de qualidade do cacau.</p> <p>Existem projetos via cooperativas e com o governo do estado para assistência técnica.</p> <p>Mas a associação não faz assistência técnica, a IG não é de numa federação, são pessoas jurídicas que são associadas, cooperativas e associações, então fazem esse trabalho com os representantes. Acaba por ser uma das frentes de trabalho, mas que não fazem diretamente.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>O Produtor do Sul da Bahia, tem uma dor que é Vassoura de Bruxa, que levou a que a produtividade tenha caído estrondosamente. E as questões que pegam mais é a assistência técnica, crédito e a relação com os compradores que nem é o cacau IG é o cacau commodity, porque eles têm um problema de preço.</p> <p>Desafio da IG, não só ao nível dos produtores, mas como um todo, como outras IG, tem muitas dificuldades a nível de recursos, para a sustentabilidade da IG. A associação presta um serviço, a rastreabilidade, o produtor paga uma taxa. A associação tem trabalhado também uma marca coletiva de chocolates, mas por exemplo, tem dificuldade na questão de marketing, divulgação e comunicação. Lógico que teve o problema com a questão da pandemia, mas até já tinham estabelecido um calendário anual de eventos com a SEBRAE a FIEB e outras instituições, mas cessou e agora tem que ser retomado. A comunicação interna e externa ainda é complicada, são setores que exigem uma dedicação e recursos que a IG não tem e acaba por afetar a comercialização, mas o cacau não tem sobrado, mas podiam ter mais mercados.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Alguns produtores têm e outros não. A Associação não tem isso como uma regra.</p> <p>Mas existem produtores que já estão mais especializados e que já possui o controle, eles trabalham com registros internos dos procedimentos, de beneficiamento, colheita, pós-colheita, de quebra, fermentação, acompanhamento de fermentação, etc. Alguns já têm instrumentos, como por exemplo, medidores de umidade e alguns fazem análises sensoriais do cacau, então são controlos feitos manualmente.</p>

	<p>Os pequenos produtores, conseguem atingir os padrões, mas já não ao nível do autocontrole interno, é cultural, têm a prática de fazer e ele faz. O outro controle é externo, da associação é laboratorial, etc.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Ainda não existe comprovadamente.</p> <p>Primeira coisa seria saber dos produtores o retorno financeiro que têm tido. Que este existe sabem, porque todos os lotes de cacau são vendidos a um valor superior.</p> <p>Não pode avaliar, a questão dos custos dos produtores, teria que ser analisado a questão da gestão interna. Mas também teria que fazer uma pesquisa com os produtores deste impacto externo da IG e também com os compradores, ou seja devia ser feita uma pesquisa qualitativa. Por exemplo, hoje existem empresas que só compram Cacau IG, então isso é uma mudança de pensamento, tanto do comprador como do vendedor. Estas empresas antes trabalhavam com massa de cacau da grande indústria, então é toda uma cadeia socioeconômica de impacto, que quando se fala em mundo do cacau está se falando em milhares de toneladas, mas quando se fala em impactos a nível do consumidor, quando hoje até tem como rastrear a barra do chocolate consegue-se ver estas mudanças.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>No início de 2021, a associação lançou um chocolate coletivo, neste chocolate trabalham todos os conceitos técnicos em parceria com o centro de inovação do cacau, passaram por todos os procedimentos de análise da IG, análise sensorial e todas especificações de fabricação do chocolate para obter a melhor qualidade possível. Na embalagem lançaram todo o processo de rastreabilidade, através de QRCode, o mesmo que está na saca do cacau está na embalagem, assim sabe o lote, o produtor, tipo de cacau, etc. A região tem mais de 70 marcas de chocolate, neste caso na embalagem fizeram uma valorização Mico Leão da Cara Dourada, que é o símbolo da IG, com a parceria com um projeto de conservação do mico leão da cara dourada, Projeto Bio Brasil, 5% do valor do chocolate vai para o projeto e eles divulgam nas ações deles. Após 1 ano já existem várias marcas fazendo esse apelo à questão ambiental, usando diversos animais nas caixas, algumas marcas já trabalhando a questão da rastreabilidade do seu chocolate. Depois deste lançamento deste chocolate já tem uma tendência para trabalhar as embalagens nas questões ambientais.</p>

	<p>A associação tem um preço fixo de compra com o produtor, que hoje em dia é mais de 100% de prêmio em relação ao cacau convencional.</p> <p>Trata-se de um nicho de mercado pequeno, este novo chocolate da IG, mas este ano venderam 20.000 barras de chocolate, venderam tudo e muitas marcas que já estão há muito tempo não conseguem vender tudo. Queriam mostrar que é possível fazer tudo certo, controlado e ter sucesso nas venda finais.</p> <p>O produtor já sabe que ao ter o símbolo da IG vai vender sempre com um valor superior. Por outro lado, a questão da rastreabilidade, vem garantir a confiabilidade ao comprador.</p> <p>Em termos de blockchain, antes para vender um lote de cacau, teria um contato com um comprador que pediam uma amostra, mandavam por correio. Mínimo 15 dias entre testes e compra. Hoje manda-se o Qrcode e o comprador analisa e consegue ter informações sobre o cacau e fecham o preço, ou seja, numa 1h ou 1 dia vendem o cacau. Esta mudança agilizou a venda aos produtores. Aumentou a confiança junto dos compradores.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>As sacas são fornecidas pela associação e todas contabilizadas. Mesmo que tentem falsificar, será impossível, pois seria difícil imitar o QrCode que acaba rasgando quando abre a linha que é costurada na saca.</p> <p>Mesmo que conseguisse fazer esta falsificação depois não teria acesso aos laudos e certificados de origem.</p> <p>Existem várias formas de controlar a falsificação e o sistema da associação e fechado.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>O desafio é melhorar o blockchain, pensando em mercados futuros. Querem tentar colocar todas as informações socioambientais, neste momento tem apenas as informações de qualidade. O consumidor cada vez é mais exigente e quer ter acesso a várias informações, da fazenda, dos moradores, da preservação do ambiente, das questões ambientais, sem são respeitadas as questões legais. Mas isto tem um custo elevado, o sistema que já existe foi construído em parceria e neste momento precisam de novos investimentos.</p> <p>A IG é de 2018 o primeiro sistema de Blockchain foi implementado no final de 2018, numa parceria com a universidade. Em 2019, começaram a desenvolver com uma empresa de TI, em maio de 2021 lançaram o sistema de</p>

	<p>blockchain. Mas as questões de pandemia vieram condicionar as formações aos produtores, em relação ao aplicativo, que, no entanto,, é bastante simples de ser usado diretamente no celular onde o produtor vai fazendo os seus controles fazendo a associação os controles externos.</p> <p>Necessidades de colocar os dados sociais e ambientais é a melhoria que pretendem fazer.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>Tudo via o sistema de rastreabilidade, através do Qrcode.</p> <p>Internamente existe um cadastro arquivado digitalmente em Excel, que lançam no sistema. As pessoas jurídicas, que são sócias, tem que enviar todas as informações (CP), estatutos, documentos dos representantes, número de associados, declarações da localização, etc.)</p> <p>Neste momento têm 14 cooperativas associadas, 6 associações de produtores, mais de 4000 produtores.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Existem parcerias com a e-commerce para venda no mercado livre, utilizam redes sociais, tem um canal youtube. Mas consideram que precisam melhorar e investir nesta área, porque é fundamental estas ferramentas de divulgação e marketing da IG, consideram que têm um setor técnico muito bom mas a comunicação não é boa.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>O laboratório do Centro de Inovação do Cacau, que faz as análises da qualidade da associação é credenciado pelo Ministério da Agricultura.</p> <p>As entidades que fazem o acompanhamento com os produtores não precisam ser certificadas/acreditadas. Muitas vezes são as cooperativas ou órgãos oficiais de assistência técnica do governo. O controle da qualidade com o cacau é diferente de outros produtos, em questão de boas práticas de fabricação, como é tudo na propriedade não existe legislação que diz como deve ser feito, não existe obrigatoriedade do tipo sanitário, tem apenas que respeitar as questões trabalhistas e ambiental.</p> <p>Quem presta assistência técnica são entidades que são credenciadas através de editais que o governo terceiriza ou oficiais do governo.</p> <p>Tem produtores que têm as certificações privadas, como por exemplo, a certificação orgânica etc., que vão agregar valor ao produto, mas são opção dele.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela</p>	<p>Não tem como controlar ainda, existem formas de terceirizar, mas não têm neste momento. É mais o que</p>

<p>autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>chega até à associação. Já aconteceu uma vez que usaram indevidamente, mas foram notificados e retiraram.</p> <p>As empresas hoje que utilizam, informam que o chocolate é feito com o cacau da IG, tem cadastro com a associação. São 12 empresas que têm cadastro, que conseguem controlar se usam bem ou não. Não fecham as vendas, mas intermediam as vendas.</p> <p>Será uma necessidade de futuro investir neste tipo de controle.</p>
<p>Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?</p>	<p>As metodologias utilizadas nos ensaios são baseadas na ISO International, no laboratório que é credenciado pelo Ministério da Agricultura.</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Estão a trabalhar para fazer melhorias no blockchain, mas não tem datas ainda.</p>

RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Fernando Toppel

Dia: 25/05/2022

Hora: das 15h30 às 16h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Foi definido pelos membros da associação com participação de instituições parceiras.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Desde 2017 incorporaram duas alterações no Caderno: Inclusão do período da safrinha (15 dez a 15 de jan). Antes era apenas de maio a setembro). Avaliaram que o produto da safrinha tem a mesma qualidade.</p>

	<p>Até final de 2021 a Associação comprava e distribuía o selo holográfico, mas devido ao alto custo e muito trabalho, decidiram repassar para a indústria, que fará a aplicação diretamente na embalagem. Esse processo ainda não foi iniciado, já que será incorporado a partir da próxima safra.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>A Associação não dá AT diretamente aos produtores, na verdade intermedia a demanda de produtores que desejam usar o selo IG, os quais primeiramente devem fazer um curso de boas práticas agrícolas (BPA). Esse curso é ministrado pelo SEBRAE, via Sebraetec. Além do treinamento, o produtor recebe 3 visitas in loco, na área produtiva, com orientações técnicas.</p> <p>O BPA é uma das exigências para usar o selo. Feito o curso, o Conselho Regulador visita a propriedade e verifica se os demais requisitos são atendidos. Isso é feito uma única vez, depois é a indústria quem monitora a qualidade do produto junto aos produtores, o que inclui visita regular a propriedade e análise do produto quando entregue na fábrica. Está prevista um curso de BPA agora em 2022, possuem mais 12 produtores interessados.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>A principal dificuldade hoje diz respeito a comercialização do produto com IP pelos agricultores junto as 7 indústrias instaladas no território. Cinco delas são de pequeno porte e duas são grandes e concentram a compra do produto. No entanto, uma delas só trabalha com produtores cooperados. Já a outra indústria maior tem adquirido o produto desses produtores menores, mas como há pouco reconhecimento da IP, a associação e os produtores têm receio de não conseguirem escoar o produto com IP para as indústrias do território.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Na verdade, os produtores devem atender as exigências do Caderno de Especificações e depois são controlados pela Indústria e seus técnicos.</p> <p>Alguns requisitos que devem atender são: ter o cultivo da erva mate consorciado com floresta nativa (cultivo sombreado), não ter criação de animais domésticos na área de cultivo, dispor de faixa de 3 metros de largura de cortina verde nas divisas e limites com outros tipos de cultivo, além do curso de BPA.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Não há nenhum estudo específico, mas citou que as duas indústrias maiores possuem um ganho 30% maior ao comercializar um produto com selo IP. Uma embalagem de 1 kg de erva mate comum é comercializada por R\$ 12,00, já 500g do produto com IG é vendido por R\$ 15,00.</p>

<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <p>Dos produtores?</p> <p>Dos consumidores?</p>	<p>Isso vem aumentando, no início era menos, mas vem melhorando, em especial com a realização do Fórum PR de IG. Os consumidores ainda conhecem pouco, mas já notam evolução no entendimento.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Não. Associação é pequena, pouca capacidade executiva e muito trabalho voluntário, tempo doado pelo amor a causa.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>No momento não há previsão. Já têm sistema interno de gestão de dados, mas melhorias não estão sendo consideradas no momento.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>Possuem um sistema próprio chamado Data Mate, o qual conta com um aplicativo onde os produtores lançam todas as informações relacionadas, como lote, data da colheita, etc. Produtores que não usam internet mandam os dados em meio físico e executiva da Associação faz o lançamento.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Não, deixam a cargo da indústria.</p> <p>O que conseguiram é expor o produto com selo IG em pontos de venda no Estado do PR, os chamados Pontos de Origem Paraná. Atualmente têm os produtos expostos em Pontos localizados em 2 supermercados e uma cafeteria em Curitiba, e em 1 restaurante em Palmeiras.</p> <p>Já elaboraram documento com informações de cada produtor, com vistas a usar QR Code nas embalagens para fazer o link com o consumidor, mas a iniciativa não avançou por falta de recursos. Agora, como o selo da IG será impresso na embalagem do produto, entendem que o uso de QR Code, de acordo com o lote e o produtor, pode se tornar difícil da indústria operacionalizar, já que implica em mudar frequentemente a arte de impressão na embalagem.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>No caso da indústria, ela precisa ter a certificação de Boas Práticas na Fabricação (BPF), o que é feito pelo SENAC e SENAI, com avaliações anuais independentes. A indústria também precisa necessariamente estar instalada no território da IG para assegurar a qualidade do produto quando da secagem.</p> <p>Cabe a indústria apresentar o certificado de BPF anualmente para a Associação. Para indústrias que atuam somente no mercado interno não há outras exigências, porém para empresas que trabalham com mercado externo</p>

	é exigido todas as análises de laboratório, de modo a atender norma técnica específica.
Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?	Ainda não tem controle de mercado. Até então eles controlavam a distribuição do selo junto aos produtores, já que sabiam qual a produção de cada um e distribuíam o selo de acordo com o número de embalagens. Trabalham muito na base da confiança junto aos produtores.
Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?	Não
Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?	Já consideraram usar blockchain, em especial para fazer o link com o mercado. Um dos associados foi quem desenvolveu o “Data Mate” e inicialmente a ideia era incorporar a tecnologia, mas devido aos custos a ideia não avançou.

Outras Informações

- Atualmente são cerca de 29 produtores de 6 municípios do Paraná autorizados a usar a Indicação de Procedência e 7 indústrias, as quais necessariamente devem ter uma unidade de secagem no território da IG.

- Segundo informou, recentemente uma associação de Santa Catarina, que representa 15 município obteve junto ao INPI a autorização de uso de denominação de origem para a erva mate. A Associação de São Mateus também obter a denominação de origem, relacionada ao terroir.

RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Produtores do Queijo Canastra - APROCAN

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Higor – gerente executivo

Dia: 10/05/2022

Hora: das 10h às 11h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
-------------------------	----------

<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>O Caderno de Especificação técnico está disponível online no site da associação.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Os Cadernos são atualizados quando há demanda, e é feito pelo Conselho Regulador. Optaram por construir um caderno mais simples, com requisitos exequíveis. Atualmente possuem 70 produtores associados e 40 já estão autorizados a usar o selo da IG.</p> <p>Uma oportunidade de melhoria no Caderno de Especificações, identificada durante a reunião, diz respeito a inserção do selo de IG e informações relacionadas também na embalagem do produto (plástica e de papel), já que apenas o selo de caseína no produto, nem sempre comunica com o consumidor.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>Dão assistência técnica sob demanda para novos produtores com interesse em adequar a produção para aderir ao selo – foco na qualidade e na regularização do negócio. Também fazem duas visitas de acompanhamento ao ano para cada produtor já autorizado. Também atende eventuais demandas em caso de identificação de algum problema.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>O principal desafio está relacionado a legislação que deve ser atendida pelo produtor artesanal, como exemplo citou que o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Queijo precisa evoluir.</p> <p>Também citou como desafio fatores relacionados a Inspeção realizada pelo IMA. Técnicos utilizam os mesmos critérios para os pequenos produtores e para grandes laticínios, além de haver variação na interpretação da lei por parte dos técnicos.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Os produtores precisam seguir as exigências da IG e para isso, além de toda a documentação legal, devem cumprir um check list, que é acompanhado pelos técnicos da APROCAN.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Não fizeram nenhum estudo específico. Relatou que possuem dados de venda e faturamento de cada produtor, mas as informações não estão organizadas. Informou apenas que os produtores autorizados a usar o selo, conseguem agregar valor e comercializar o produto com preço melhor. Em média vendem a peça de queijo por R\$ 65,00, já quem não tem o selo ganha R\$ 45,00 a 50,00 reais.</p>

<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>Os produtores percebem valor, visto que a procura pelo queijo com o selo tem aumentado, tanto por parte do consumidor final como por quem revende o produto. O fato de também terem conseguido solucionar um caso de falsificação de rótulo aumentou a credibilidade no trabalho desenvolvido pela APROCAN.</p> <p>Já o consumidor ainda não entende o que é IG, apesar de desejar o selo. Mencionou que a Associação é muito pequena para promover ações de conscientização dos consumidores.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>No início de 2019 começaram a usar o selo de caseína, o que dificulta muito a falsificação, já que possuem um contrato de exclusividade com a empresa francesa (Global Food) que fornece esse selo. Como o selo tem um número de identificação, atualmente o consumidor consegue lançar esse número no site da Associação e saber qual a origem do produto, no entanto, o produtor não consegue saber onde o produto foi consumido.</p> <p>Estão refazendo o planejamento estratégico da entidade e o intuito é melhorar a rastreabilidade do produto. Ainda estão procurando alternativas e tecnologias adequadas para esse fim.</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>Atualmente os produtores enviam relatórios semanais com os dados da produção, porém cabe a associação lançá-los no sistema. O objetivo é melhorar esse processo para que os próprios produtores alimentem o sistema com esses dados.</p> <p>Alguns produtores já estão utilizando a etiqueta com o número de identificação para controles internos relacionados a origem do leite - parcela do rebanho, entre outros, de modo a conseguir rastrear problemas internos na produção.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>A gestão da informação é feita por meio de sistema interno. E a divulgação através do site da associação.</p>
<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Não</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção,</p>	<p>Atualmente a própria associação está estruturando um laboratório interno para fazer análises microbiológicas do queijo e da água, porém ele ainda não é acreditado pelo IMA. O que não é feito internamente enviam para</p>

<p>laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>laboratório e veterinários, os quais necessariamente devem ser acreditados pelo IMA.</p> <p>Antes da pandemia o Conselho Regulador começou a fazer auditorias nos produtores, mas parou e ainda não retomaram. Um ponto de atenção aqui é o fato de que os mesmos técnicos responsáveis por assessorar os produtores na adequação, são os que fazem a auditoria, o que pode gerar conflito de interesses.</p> <p>Auditorias externa ainda não são realizadas. Sabem da importância, mas mencionou que isso irá gerar custos elevados para os pequenos produtores, que produzem em média 25 peças de queijo por dia.</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>A Associação é quem faz o pedido e a gestão dos selos. A compra é anual, fazem uma estimativa da quantidade com base na média de produção.</p> <p>Cada produtor paga pelo selo (associação tem margem de lucro) que deve ser aplicado no produto no dia da produção.</p> <p>As informações relacionadas ao uso do selo por cada produtor são organizadas em planilha e repassadas para a associação semanalmente, a qual lança os dados no sistema.</p>
<p>Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?</p>	<p>Não</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Tem interesse em usar QR Codes, mas há receio de que facilite a falsificação, ainda estão estudando melhor caminho.</p>

Outras Informações

- A Associação está fazendo um piloto com dois produtores para que consigam aderir ao SIF. Atualmente trabalham apenas com mercado interno.
- Hulda do SEBRAE indicou que a associação pode tentar usar proposta da ABPI para mediação e arbitragem de questões jurídicas relacionadas a propriedade intelectual do Queijo Canastra.
- Nunca fizeram monitoramento de mercado.

RESUMO DA ENTREVISTA INPI

GESTORAS NACIONAIS DE IG

Entrevistado: Pablo Regalado – Chefia da Divisão das IG e Marcas Colectivas

Dia: 13/05/2022

Hora: das 11h às 12h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como é realizado o controle e acompanhamento das IG após o registo?</p>	<p>Do ponto de vista do INPI, a informação é muito recente sobre o acompanhamento após o registo. Em 2018 houve um projeto de Diálogo Setorial Brasil – União Europeia, com o objetivo de tratar das normativas intra legais e analisar se estava na altura de atualizar. A normativa em vigor era de 2013, em 2018 iniciaram os estudos e editaram uma nova normativa, que veio entrar em vigor em 2019, esta veio agregar a figura de alteração do registo.</p> <p>Da visão do INPI o acompanhamento após o registo, começa-se a dar num recorte temporal recente, desde 2019 até agora e têm uns 6 pedidos de alteração de registo, e quase todos atacam a atualização dos cadernos de especificações técnicas. Antes disso não tinha nenhum retrato de como iriam acompanhar, o INPI no fluxo de toda a estruturação do pedido da IG, antes parava na conceção do registo. Hoje em dia, é dinâmico e agrega variáveis como por exemplo o controlo, porque uma coisa é estruturar uma IG e quando começa a rolar o documento pede os meios de controlo da normativa, uma vez a IG na rua os produtores vão ver os problemas que existem e depois de 24 meses da conceção, podem ter fundamentos para alterar algumas questões das IG, por exemplo, ampliação de área, o caderno de especificações técnicas e talvez em algumas situações a espécie da IG, saindo de uma Indicação de procedência saindo de uma denominação de origem ela precise de estratégias de controlo muito mais eficazes e efetivas do que a indicação de procedência.</p> <p>A visão ainda é do ponto de vista do exame destes pedidos de alteração. A primeira alteração foi de um coletivo de produtores em Minas Gerais de uma área de café, o pedido deles era indicação de procedência da região da Serra Mantiqueira de Minas e mudaram para a Mantiqueira de Minas, inclusive para a denominação de origem, havia algumas melhorias em relação aos controles. Outro pedido</p>

	<p>de alteração na área de café, mas que não estava recordado se tinha o pedido tinha alguma questão do controle. Neste momento ainda tem 3 anos com este novo normativo, por isso é tudo recente, mas estão disponíveis para que sociedade os produtores entendam que tem que fazer alguma mudança podem fazer e verifica-se que existe este interesse em termos de ajustes na parte do controle por parte de alguns grupos de produtores.</p>
<p>Quais as principais dores detectados no controle, assim como as soluções que desenvolveram / desenvolvem para eliminar os problemas?</p>	<p>Foi instituído em março de 2022 um grupo de trabalho, no âmbito do GIPI, para discutir controle relacionado às IGs, sob a coordenação do Ministério da Agricultura (MAPA), em continuidade ao GT que concluiu pela criação do Selo Brasileiro, pelo INPI em Novembro de 2021.</p> <p>Trata-se de um grupo recente, que ainda está nas primeiras reuniões. O mais efetivo de olhar para o controle é o INPI olhar em conjunto com as outras instituições e não sozinhos. Concordam que todos os requisitos têm que estar compostos definidos e muito bem comprovados em relação a cada espécie de indicação geográfica. O controle precisa existir, mas não conseguem atacar sozinhos estes problemas. Se o controle pode ser considerado um problema, acreditam que sim, porque vêm sobretudo nos eventos internacionais em que os produtores conversam sobre esta questão e a necessidade de encontrar soluções.</p> <p>O INPI está aberto a poder dar a sua contribuição, até onde é possível, porque são um instituto que concede registros e atua na disseminação. Na parte do controle não têm tanta expertise, atacam mais o coração dos conceitos e o controle tangência em si estes conceitos, tem que existir controle e havendo meios é o suficiente.</p> <p>Consideram que as principais dores neste momento, estão relacionadas se o conceito que se tem feito em relação às espécies das IG está de acordo com o que os produtores querem mesmo colocar na rua. Será que a indicação de procedência tem que ter um controle como o que tem sido requerido. Será que estamos pedindo demais, e leva a que não existam tantas indicações de procedência no Brasil. Será que a indicação de procedência é preciso ter este nível do controle pelo que a lei pede, questões de características e qualidade do produto não estão vinculadas às denominações de origem, que são muito menos registros do que as indicações de procedência.</p> <p>Estamos no caminho correto para as diferentes espécies, se o tratamento do controle para as diferentes espécies deve ser igual. Se não for igual se há possibilidade de ser um</p>

	<p>controle mais brando, porque pelo que parece existe uma exigência muito grande e pode travar a saída destes produtos no mercado. Quando na verdade na União Europeia os critérios de qualidade e reputação teriam que ser controlados e para ser conhecido apenas precisa ser reconhecido pelo INPI, a partir do mesmo que é cedida já está constada e configurada essa situação.</p> <p>Será que o conceito e o que se está pedido é o que mercado do brasil precisa ter para haver mais produtos com indicação de procedência nas vitrines, market places, etc.</p> <p>A denominação de origem é outra questão, aí sim em que o controle teria que ter uma infraestrutura para saber se de fato a qualidade e caraterísticas estão conformes.</p> <p>A dor maior é saber se não estão a ser muito exigentes com as indicações de procedência no Brasil de acordo com a legislação atual.</p>
<p>Como gerem a divulgação das IG, das organizações gestoras das IG, organismos de controle e certificação e restantes entidades envolvidas?</p>	<p>A base de dados que tem conhecimento é o que deu origem ao Catálogo Brasileiro de Indicação Geográfica, em que o SEBRAE e o INPI eram parceiros e foi digitalizada toda a informação.</p> <p>Através da data SEBRAE existe a informação sobre cada uma das IG concedidas.</p> <p>Tinham um acordo de cooperação com ao SEBRAE, e disponibilizavam toda a informação do processo de registro da IG no INPI ao SEBRAE. Eles internamente faziam os textos, com base na informação mais importante de todo o processo selecionava a informação para ser publicada, o INPI acabava por ajudar a rever os textos e depois divulgavam.</p> <p>De um momento para cá não sabe se tem sido dada continuidade.</p> <p>O INPI disponibiliza no portal do INPI os Cadernos de Especificação Técnica para cada IG, não está compilada numa base de dados. Também as fichas técnicas das IG, são um resumo de várias informações do processo, de duas a 4 laudas no máximo, mais uma vez de forma individualizado.</p>
<p>Tem alguma tecnologia digital, que permita ao consumidor verificar todo o processo referente ao produto IG?</p>	<p>O INPI até ao momento não viu nada deste tipo nos processos das IG que tem analisado até ao momento. Em geral o que está nos cadernos é tudo muito programático.</p> <p>Conhece algumas soluções que já estão a ser usadas, como por exemplo com o café, o uso de QRCode, no sentido de poder fazer o link do produto ao produtor. E em algumas</p>

	<p>situações a um tour virtual à propriedade de onde saiu o produto, neste caso em cacau em Espírito Santo.</p> <p>Alguns aplicativos desenvolvidos que em campo conseguiram, mesmo online, colocar dados relacionados com a produção, mas não sabe se estão a ser utilizadas como controle da IG, acha que talvez fosse apenas relacionada com o controle da produção.</p> <p>No último evento da Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, parece que se recorda de algumas destas ações que já referiu relacionadas com a Erva Mate, Cacau e Café.</p> <p>O INPI até ao momento não desenvolveram nada e não está ainda previsto nada pelo INPI. O INPI já digitalizou todo o processo de pedido de IG, desde 2020, todo o contato é digital. Vão tentar controlar internamente o uso do papel e aplicar sistemas tecnológicos.</p> <p>Não está nos planejamentos nada com o uso do controle das IG, porque acredita que são provocados pelos próprios usuários do sistema.</p>
<p>Como controla o uso do selo da IG?</p>	<p>Não há dados construídos ainda sobre o selo, foi instituído apenas em novembro de 2021.</p> <p>As instituições iam começar agora a questionar para os produtores como estavam a fazer. Precisam primeiro perceber se os produtores aderiram, se de fato junto com as IG usam o selo brasileiro. Quando foi criado o selo, não foi definido como iriam controlar o uso, apenas estava focado na divulgação. A normativa que o INPI fez dizia bem que a partir do momento que existe o registro os produtores podem usar o selo brasileiro.</p> <p>O grupo de trabalho, coordenado pelo MAPA, deve ter apenas informações no início do ano que vem, ao final de um ano de divulgação do selo brasileiro.</p> <p>Neste momento não tem dados se quer de quantas são as cadeias produtivas que aderiram ao projeto do selo e se estão usam o selo lado a lado com a IG registradas. O caso do controle é outro nível.</p> <p>Não definiram qualquer tipo de indicador que permita perceber quem usa, como usa, quantos usam. Mas já foi falado nesse assunto. Não sabe se 6 meses será suficiente para perceber nas diferentes safras produtivas o selo já está a ser aplicado, lado a lado com o registro concedido pelo INPI.</p>
<p>Tem contato direto com as gestoras de outros países, de forma a criarem</p>	<p>O INPI tem contato através de pedidos que as gestoras de outros países fazem, como por exemplo da tequila com o</p>

<p>mecanismos semelhantes de controle e partilha de informação?</p>	<p>México. Quem pediu é que faz o controle da tequila, desde a produção até ao escoamento do mercado externo. Foi um contato através de processo administrativo.</p> <p>Alguns eventos que o INPI é convidado para partilhar informação e a expertise do INPI como órgão que concede pedidos de indicação geográfica, a experiência. Possibilitando ter contato com essas estruturas internacionais. Por outro lado, existem eventos nacionais promovidos pelo SEBRAE, INPI, MAPA; etc., onde são traduzidas entidades internacionais para conhecer novas realidades, quer seja entidades gestoras, cadeias produtivas, entre outras.</p>
<p>Daqui a 10 anos como expectativa a evolução das IG?</p>	<p>Quer receber em casa mais produtos com IG. Tem acesso a um market place que foi pedido para ele. Teve que fazer a pesquisa até com ajuda do SEBRAE e refere que como consumidor ainda é difícil de comprar produtos com denominação geográfica.</p> <p>Tem que haver uma relação maior com os consumidores. Existem países que já tem portais com modelos bastante interessantes e temos que ir ver esses exemplos, como por exemplo a Índia.</p> <p>Espera que os processos sejam mais robustos e que seja o tempo mínimo do INPI dar resposta a quem pede os serviços. Espera um aumento dos pedidos bem estruturados e ao mesmo tempo saber que consegue ter em casa estes produtos, sabendo que vão custar um pouco mais caros do que não tem esse reconhecimento, mas que consegue ter informações sobre os produtos fidedignas, para além da marca e da indicação geográfica. Que seja possível ter acesso à informação assertiva sobre o produto e que deixe à vontade, de como consumidor, querer ir aquela região.</p> <p>Na parte dos métodos de controle, em 10 anos seja possível chegar num nível em que os produtores consigam estar numa zona de maior conforto. A nível do INPI vai comparar pedidos por exemplo de alteração com controles bastante diferentes, reflexo da unidade temporal que deram entrada, com diferentes visões de controle, com mecanismos mais claros, com questões objetivas para a avaliação e que não entrasse num nível elevado. Sonha que os controles venham a ser adaptados às diferentes cadeias produtivas, por exemplo adequado a uma artesã ou para a produção de café, por exemplo. Será necessário ver o entendimento das cadeias produtivas para ver até onde podem chegar. Um produto artesanal tem que seguir padrões e</p>

	técnicas e tem um saber embutido tal como tem a produção de café.
Quais os principais motivos das caducidades das IG?	A atual lei de propriedade industrial, lei 979/96, não prevê a possibilidade de caducidade. Existe um grupo de trabalho que está a trabalhar na revisão desta lei e que irá discutir a possibilidade de existir ou não caducidade. Não será uma análise apenas do INPI, será necessário auscultar a sociedade. Se alguém quiser arguir urgir administrativamente junto ao INPI não será possível, mas se for judicialmente será diferente, mas também não tem conhecimento que tenha acontecido.

Outras Informações

- Questão Extra – Marina

O que acha que numa cidade com o Rio de Janeiro, para o público consumidor para além de market place, o que pode ser feito, para que o público soubesse melhor o que é uma indicação geográfica, do que se trata? Maiores promoções comerciais, plataformas de comercialização? Para um futuro próximo, considera que existe uma abertura e um espaço em relação aos grandes centros de consumo do Brasil ou se seria de apostar já a nível de exportação.

A tratar de produtos de origem, falou em market place porque conhece as indicações geográficas, nos últimos dois anos os produtos vieram mais ter conosco. O momento é oportuno, é preciso que as pessoas valorizem o que é brasileiro, o market place é outro estágio e pode existir, mas em paralelo, as pessoas neste momento têm que ir ter com os produtores, as pessoas estão carentes. A “Feira Aproxima”, em Belorizonte é muito interessante. Não adianta trabalhar em plataformas se as pessoas não entendem a identidade, que é um produto brasileiro, por isso o selo ajuda a unificar isto é tudo do Brasil. Sugere que se crie qualquer coisa nesta linha de mercados/feiras e tentar nas grandes capitais. E usar a digitalização pode ajudar, na pandemia comprou-se muito online, mas continua-se a precisar muito de ir até ao local e pode ser uma oportunidade para os produtos IG e que depois estes produtores possam dar resposta aquele mercado, por uma questão de proximidade destes grandes locais. Mas os influenciadores digitais podem também ajudar a falar dos produtos IG, do seu estado e consegue passar a informação de melhor forma. Considera que primeiro tem que se chegar às regiões e depois então ao brasileiro em geral, do micro para o macro.

- Pedido pelo Tafuri, de algum ponto focal com a Índia para tentar analisar a iniciativa indiana que ele falou.

O contato é difícil. Foram convidados para o evento, mas acabaram por não participar, sugeriu se alguém do SEBRAE esteve presente (evento online) para ver se conseguem entrar em contato.

RESUMO DA ENTREVISTA Cooperativa Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Antônio – presidente da COOFAMEL

Dia: 13/05/2022

Hora: das 9h às 10h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?	Foi definido no momento do registro da IG junto ao IMPI. Ainda usam o mesmo caderno de 2017.
Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?	<p>Esse ano estão atualizando o Caderno, o objetivo é torná-lo mais acessível e com linguagem mais clara para o pequeno produtor. Querem simplificá-lo e torná-lo digital.</p> <p>O check list tem mais de 80 requisitos e irão reformular, pois tem alguns muito técnicos para o pequeno produtor. Foi baseado em regulamento federais para pequenas indústrias. Requisitos que se mostraram inviáveis serão retirados e vão incluir outros.</p>
São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?	<p>Atualmente estão sem técnico. Mas a AT ocorre obrigatoriamente todos os meses - uma visita mensal por produtor - e sob demanda em caso de qualquer necessidade.</p> <p>Hoje a COOFAMEL tem 205 sócios, sendo que 40 estão autorizados a usar o selo.</p> <p>Além da AT para os 40, também atendem outros que desejam se adequar.</p>
Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?	<p>Dificuldade de implementar os requisitos do Caderno de Especificação, porém aqueles que usam apresentaram uma melhoria na produção.</p> <p>Outro desafio é a resistência de produtores mais antigos implementarem mudanças e melhorias no processo produtivo.</p> <p>As unidades próprias de cada produtor para a extração de mel “casa do mel” ainda precisam melhorar.</p>
No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?	<p>O técnico que dá assistência técnica também faz o controle e a fiscalização com o apoio do check list. Verifica o que foi feito ou não.</p> <p>O produtor tem que atender 80% do check list para usar o selo da IG.</p>

	De todo o mel que chega na associação é retirado material para análise, por lote e por produtor. Análise é feita pela UNIOESTE, parceira da Associação.
Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores? (Ter o selo agrega mais valor ao produto)	Nos primeiros anos o produto com IG era colocado no mercado com um valor maior do que o sem, mas nos últimos anos decidiram diminuir essa diferença e passaram a investir mais em divulgação. Decisão da diretoria e que deu certo. Embalagens são mais elaboradas, produto prime. Atualmente um produto com IG tem um valor a mais de R\$ 0,50. Mel é precificado em dólar, varia muito.
Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte: Dos produtores? Dos consumidores?	Há dificuldade em mostrar para o produtor o benefício da IG. Trabalho de longo prazo, processo contínuo de sensibilização. Também precisam trabalhar na sensibilização do consumidor, mostrar os diferenciais dos produtos. Mas já notam uma mudança se comparado à quando começaram. Público mais esclarecido já conhece esses diferenciais. Na região já estão mais conhecidos, e entendem que Curitiba é um grande mercado potencial para o produto com IG.
Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?	Querem investir em rastreabilidade com QR Code, desejo de utilizar QR Code com informações sobre o produtor. Também esperam intensificar os trabalhos em campo, com foco na melhoria da produção. Já iniciaram o uso de QR Code em algumas embalagens e estão buscando recursos para desenvolver e aprimorar esse trabalho.
Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?	Querem tornar o Caderno de Campo digital para torná-lo mais acessível.
Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?	Fazem o controle em meio físico e em Excel. Cada produtor tem sua pasta física e as principais informações passam para o Excel. A divulgação é feita por meio do site da COOFAMEL, nas redes sociais e mídia espontânea - via assessor de imprensa. Para os produtores utilizam canal de whatsapp, folheto impresso e reuniões da cooperativa.
Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital)?	Já tem um e-commerce, bom site de vendas. Querem promover melhor o site, e divulgar via redes sociais. Parcerias com blogueiros falando do IG.

Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?	O intuito é fazer, mas no futuro. Por enquanto não.
Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?	Uma vez que o produtor atende os requisitos, ele recebe o selo e passa a incorporá-lo nas embalagens. Ainda não tiveram problemas com falsificação, mas ainda são “pequenos”, provavelmente no futuro terão que gerenciar esse tipo de situação.
Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?	Não
Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?	Como mencionado na questão “h”.

Outras Informações

- Mais duas marcas de agroindústria estão se adequando para obter o selo IG.
- Só comercializam produto fracionado e no mercado interno. Exportação é via exportadoras, 70 a 80% do mel da região vai para exportação, mas notam que quem exporta não valora o fato do mel ter IG. Entende que isso vai se fortalecer quando a COOFAMEL exportar diretamente.
- Marina mencionou que a CNA tem um projeto para exportação do mel que pode interessar a associação (<https://cnabrasil.org.br/agrobr/index>)

RESUMO DA ENTREVISTA LUCCA CAFÉS ESPECIAIS

Especialista com mais de 20 anos no mercado de Cafés Especiais

Entrevistado: Geórgia - Proprietária

Dia: 21/06/2022

Hora: 16h às 17h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
-------------------------	-------------

Contexto inicial	Apoiam todas as IG de café no Brasil. Comercializam e fazem uso de cafés de todas as regiões que têm IG. Inclusive no caso da IG do Paraná, ajudam com as análises laboratoriais dos produtos.
Qual o interesse com o Selo?	Ter produtos com rastreabilidade para os clientes e demonstrar maior confiabilidade nos produtos oferecidos. Selo ajuda a contar a história do produto ao consumidor final. Também querem valorizar o produtor que busca a qualidade na produção.
Quais os selos utilizados pelos produtos comercializados?	Estão incentivando os selos de IG, mas também comercializam produtos com selos da ABSA (Associação Brasileira de Cafés Especiais), que têm como foco apenas a qualidade e não a origem. Usam/comercializam hoje os selos Café do Cerrado, Mantiqueira de Minas, Alta Mogiana, Matas de Minas e Paraná.
Percepção sobre os selos IG?	No caso das IG a parte burocrática para conseguir a declaração foi parecida, mas internamente cada entidade se organizou de uma maneira. Na sua opinião acha que só faz sentido a iniciativa de IG, se houver uma unidade nos selos e nos processos, para facilitar o entendimento do consumidor e assegurar a confiabilidade. Comunicação deve ser padronizada.
Qual a sua percepção sobre o controle e rastreabilidade dos produtos?	Selos sempre vinculados a um lote, o qual vem de um talhão de uma determinada fazenda, é colhido em certa data, passa por diversos processo de secagem, depois processo de beneficiamento. Esse lote deve estar separado até a formação do lote para venda. E esse café tem que chegar ao consumidor com esse histórico, que deve consistente. Agora como cada região resolve essa questão ela não sabe. O que acredita é que se houvesse um software com informações padronizada, no final teriam uma unidade nos dados para repassar uma informação padronizada para o consumidor com toda rastreabilidade.
<p>Como fazem o controle internamente?</p> <p>Os laboratórios de ensaio são acreditados?</p> <p>Utilizam provas organolépticas?</p>	<p>Tem laboratório próprio para conferir se o que compra corresponde ao que entregaram. Laboratório é acreditado pelo INMETRO. Passam por recertificação a cada 3 anos.</p> <p>Quando fazem a compra, recebem amostra, fazem análise e conferem com o laudo fornecido pela IG. Depois quando recebem o produto fazem nova análise para conferir se corresponde ao que compraram. Porém, como nem todos os distribuidores têm laboratório, é essencial que o selo seja confiável.</p>

	<p>Algumas IG usam laboratórios de cooperativas, e quando estas estão sobrecarregadas, contratam laboratórios laudo a laudo, particulares, credenciados para fazer o laudo. Única preocupação da IG deve ser com o fato de que a amostra enviada para análise corresponda com determinado lote.</p> <p>Usam o protocolo internacional para pontuação do café (10K). Usam o laudo físico (tamanho de peneira, humidade, número de defeitos, etc.) e prova organoléptica.</p>
<p>Quais as principais dores detectadas no controle e rastreabilidade, assim como as soluções para eliminar os problemas?</p>	<p>Mecanismo de rastreabilidade e o selo deveriam ser padronizados, resguardadas as especificidades de cada região. Ideal é ter plataforma comum, para ter confiabilidade nos dados.</p> <p>Todas as regiões têm dificuldade, pois falta recurso para a criar essa estrutura. Questão de recursos financeiros é limitante, principalmente em regiões menos favorecidas, as quais muitas vezes são as que mais se esforçam pela qualidade, pois a produção é menor. Região do Alto Caparaó, que tem um café de ótima qualidade, mas são pequenos, e ainda não conseguiram estruturar os processos de controle e rastreabilidade. Software de uso comum poderia auxiliar esses produtores.</p> <p>Outra coisa é saber se o café que chegou ao consumidor é realmente o que saiu daquele lote, comprovar a certeza da informação. Definir melhor a metodologia de rastreamento interno e como é a emissão física do produto.</p> <p>Café do Cerrado, tem selagem na saca de café verde. Nesse caso, sabem que há um processo controlado para separar os lotes e entregar certo, nos demais não sabem como funciona. Falta desenhar os processos de rastreabilidade e que todas as regiões utilizem a mesma metodologia, isso faz sentido para quem consome e distribui. Além de reforça o conceito do que são as IG no Brasil, para valorar o que é um selo de origem.</p> <p>Algumas IG são avançadas em uma etapa, outros em outras. No caso do Alto Mogiana, o revendedor fornece as informações de como irá usar o produto no momento da compra e o produto já chega para ela com os selos junto. No caso do Cerrado ela recebe o produto, tem que digitar o código de barra, entrar no sistema e solicitar os selos, para depois eles confeccionarem e enviarem por correio.</p>

	<p>Nisso são 2 meses que o café fica parado até poder revendê-lo.</p> <p>Nas outras duas IG de Minas o processo é o mesmo, precisa solicitar o selo posteriormente.</p> <p>Café do cerrado está avançado em uma parte, mas em outra estão atrasados.</p> <p>Processo precisa ser mais automático. Quando efetivou a compra, o selo já tem que acompanhar.</p>
<p>Tem alguma tecnologia digital, que permita ao consumidor verificar todo o processo referente ao produto?</p>	<p>Todos os cafés com IG têm um selo com QR Code que dá acesso as informações do produto, como: dados da fazenda onde o lote foi colhido, georreferenciamento da Fazenda, variedade do café, dados do laudo, informações importantes para comprador e cliente final. Dados que fornecem estão perfeitos, mas poderia incluir outros como: dia da colheita, quando foi para o terreirão, quando foi para o secador, esses dados de rastreabilidade também devem estar guardados em algum lugar. No QR Code estão os dados relativos as características do lote final, mas inclui pouca informação do produtor.</p> <p>Poderiam ser incluídos ainda na plataforma dados sobre como o produto foi embalado, características da embalagem. Isso ajuda o consumidor a saber que aquele lote não é um café velho, pois o produto vai perdendo as características de qualidade se ele não tiver boa embalagem.</p> <p>Nem todos tem a plataforma da IG do Cerrado. Plataforma é antiga, em termos de software está bem atrasado, mas pode servir de modelo. Algumas plataformas são bem lentas para acessar os dados do QR Code, a do Cerrado está bem lenta, é um ponto de atenção. Software não permite interação do consumidor e nem faz leitura de Código de barra, é preciso digitar 16 dígitos para solicitar os selos. Os selos enviados junto com o produto também não traziam o nome do produtor, assim o revendedor nem sabia se o número que estava digitando para solicitar os selos correspondia ao lote que estava comprando, sistema sujeito a falha.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte dos consumidores?</p>	<p>Falta ações para o consumo de produtos com IG. Foco inicial deve ser nos processos até o produto chegar ao mercado, isso é essencial. O marketing é outra frente, no entanto, só faz sentido ter o selo se o consumidor souber do que se trata. Marketing é fundamental. Uso da mesma identidade facilitaria, pois há várias vantagens quando há uma união do setor, software pode ser uma ferramenta</p>

	<p>para buscar essa unidade. Lucca Café pode ajudar nisso, inclusive testar software.</p> <p>Cliente confiam na Lucca Café, não conseguem agregar valor pelo selo, mas acreditam que isso irá acontecer quando tiver a divulgação, o marketing tão necessário. Não há nem referência bibliográfica sobre o selo IG, é apenas um apelo visual. Na loja eles informam sobre o que se trata e ajudam a divulgar.</p>
<p>Quais outras melhorias poderiam ser implementadas</p>	<p>Padronizar as embalagens para assegurar a qualidade do produto.</p> <p>Padronizar o software para controle e rastreabilidade facilitaria demonstrar essa unidade do país, tornando mais fácil para o consumidor entender esse mecanismo.</p> <p>Incluir mais dados sobre a família que produz, terroir envolve condições climáticas e culturais, portanto contemplar dados sobre as famílias é muito rico para o consumidor. E para quem produz representa um valor agregado, não é financeiro, mas reconhecimento.</p>
<p>Percepção sobre as análises laboratoriais que fazem e de terceiros.</p>	<p>Fazem análises de lote simples e lotes de concursos. Quando vai para concursos o resultado da análise é fruto de um painel de juízes e é gerada uma média. Selos de concursos são muito mais confiáveis. Selo de produtos de concursos são visualmente diferentes e tem mais informações, por exemplo sobre a família.</p> <p>Dificuldade em relação aos custos para essas IGs, pois os profissionais são caros, na Mantiqueira usam laboratório de terceiros, sob demanda, pois nesse caso podem demandar profissionais super qualificados e ter um lado bem fidedigno.</p> <p>Laboratórios ligados a federações ou outras instituições têm momentos, as vezes perdem bons profissionais o que acaba alterando um pouco a qualidade das análises. É favorável a usar laboratórios privados, pois estes conseguem assegurar melhor testes com o mesmo padrão de análise.</p> <p>Mercado internacional já exige laudos para produtos certificado, por isso multiplicou o número de laboratórios.</p>
<p>Uso de Blockchain pelo setor</p>	<p>Colaborou com uma empresa Suíça no desenho do processo de rastreabilidade de torras de cafés. José Carlos Rossi, é um produtor brasileiro que também ajudou essa empresa de software no processo, pois tinham interesse em usar essa tecnologia. Não lembra o nome da empresa, mas pode tentar resgatar.</p>

<p>O selo agrega maior valor ao produto?</p>	<p>Pontuação da qualidade do café foi aumentando no país, e hoje o consumidor paga por isso. A ideia é que o selo vá transferir para o produto a confiabilidade.</p> <p>Hoje praticam preços na faixa de R\$ 39,00 a 89,00 reais. Maioria tem selos, um do Caparaó não tem selo, apesar de já ter IG.</p> <p>Cliente confia na qualidade do produto, se gosta, compra novamente. Confiabilidade é o que faz o negócio dar certo, nota é só um indicativo, a aprovação do cliente é que faz a diferença.</p>
--	---

RESUMO DA ENTREVISTA ABICS

Consultor em marcas coletivas e IG junto a organizações produtivas. Trabalhou recentemente a IG Matas de Rondônia, e está trabalhando com o Sebrae de Rondônia na criação de duas IG – Tambaqui do Vale do Javari e Cacau de Rondônia, além de uma marca coletiva - Mel Portal da AM.

Entrevistado: Aguinaldo Lima

Dia: 09/07/2022

Hora: 17h às 18h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
<p>Há dificuldade para os produtores e organizações em compreender as diferenças entre IG e marcas coletivas? Quais os benefícios de uma e outra?</p>	<p>Brasil tem mais potencial para marca coletiva que para IG. Há muita carência desse tipo de informação por parte dos produtores. Eles precisam ser motivados e ter alguma coisa que os une. IG vem destacar notoriedade ou criar notoriedade de um produto, ou destacar características intrínsecas do local.</p> <p>Quando não há uma organização adequada dos produtores, mas há potencial de determinado produto, apesar do mercado ainda não reconhecer os diferenciais, o ideal é criar uma marca coletiva. Trata-se do caminho inicial para chegar na indicação geográfica.</p> <p>Primeiro é preciso mobilizar os produtores, organizar a produção e o controle. Principal desafio é a gestão associativa, criar associação é fácil, mas produtores não tem experiência com associativismo. Marca coletiva fortalece o setor, controles mais simples, menos exigências. IG, se for rápido, leva 1 ano ou 1 ano e meio junto ao INPI, processo demorado. Produtor não tem paciência e sempre quer saber</p>

	<p>o que ele vai ganhar em cima daquilo. Marca coletiva é imediato.</p>
<p>Qual a sua percepção sobre o controle e rastreabilidade dos produtos?</p>	<p>Metodologia de controle no caso de marcas coletivas é muito similar ao caderno de especificações de IG, também precisa de um regulamento de uso. Dá mesma forma é importante que haja uma organização mínima de entidade, estratégia de mercado. No entanto, IG coloca o produto em uma vitrine melhor. Agora como partir para uma vitrine maior se a base não está organizada? Tecnologia digital deve contribuir, oferecer plataforma de gestão associativa tende a facilitar a operacionalidade e aplicação de mecanismos de controle por parte das IG.</p> <p>Cerca de 80% das IG no Brasil tem controles muito vulneráveis e muito fracos, pois a estrutura das organizações é pequena, não tem recursos financeiros, nem de pessoal. Necessário trabalhar a profissionalização, a cultura associativa, produtor acaba doando muito do seu tempo e até recursos para a associação funcionar, e com isso prejudica a própria produtividade.</p> <p>Montar uma IG é fácil, (processo de cartório e organizações de informações), o difícil é desenvolver capacidade de gestão, precisa profissionalizar as entidades para que a iniciativa de IG prospere e os produtores aprimorem seus processos de maneira mais rápida.</p>
<p>Uso de tecnologia</p>	<p>O ideal seria lançar uma ferramenta digital de apoio a essas iniciativas, chamando-a de “plataforma/sistema digital de organização de produtores”, não “plataforma/sistema de IG”. Com o objetivo de propiciar a gestão de marcas coletivas, IG e outros mecanismos similares.</p> <p>Primeiro trazer os produtores para dentro, visto que a organização social de produtores é um limitante no país, e depois elevar o nível chegando a IG. IG deve ser um dos módulos do sistema.</p> <p>Plataforma para cadastrar os produtores, e facilitar a gestão estratégica da associação, incluindo dados da família (quantos filhos, o que fazem, se tem energia elétrica, acesso à internet, grau de instrução; no caso do café se tem secador, se tem lavador, faz mecanização). Entender o perfil do produtor e a partir disso criar produto adequado a necessidade, por exemplo crédito, uso de tecnologias, treinamentos necessários.</p> <p>Base de ferramenta digital deve ser gerar conhecimento, depois efetuar controle, embora isso já deva estar planejado e integrando ao sistema, para facilitar a gestão (financeira,</p>

	<p>de projetos, da IG), estabelecendo as funcionalidades da plataforma.</p> <p>Atualmente tem trabalhado com Certificação 4C, pela ABICS, rastreabilidade ambiental para café solúvel, uso de imagens de satélite atualizadas semanalmente onde cadastra todas as informações dos produtores, base de dados, e inclui o CAR, e depois atualiza a área da lavoura, para ver se há sobreposição, verificar se cursos d'águas estão sendo preservados, se há desmatamento. Contribui para avaliar se a legislação ambiental está sendo atendida. Cada produtor recebe um QR Code, identidade dele, com todas as informações dele e ao longo da cadeia há perfis que interessam a cada elo da cadeia, até chegar ao cliente. Estão desenvolvendo isso e ideia é usar o que já tem no mercado e criar interfaces. Matas de Rondônia está no projeto piloto, com 30 produtores, e no futuro visa tornar IG.</p> <p>Café faz rastreabilidade por demanda de consumidor de fora, por exemplo: café livre de desmatamento, com boas práticas de produção, manejo de resíduos, uso mínimo de defensivos, boas práticas sociais (lista suja, uso de EPI), caminho natural para ganhar competitividade.</p> <p>Plataforma deve ser extremamente flexível e prática, para ir agregando módulos de acordo com os controles desejados. Por exemplo, além dos módulos citados acima (gestão ambiental, social, boas práticas de produção, etc.), outro módulo pode estar focado na régua de qualidade, com o laudo das características físico-químicas do produto. E outro destinado a gestão da IG, por exemplo.</p> <p>Necessário criar incentivos para uso da plataforma, resto da cadeia deve fomentar isso para que o produtor se engaje. Ir além do acesso a mercado, considerar diferencial de preço, ou que ele vai conseguir melhorar a gestão da sua propriedade (fluxo de caixa, aplicação de defensivos), sem pagar nada.</p>
<p>Quais as principais dores detectadas no controle e rastreabilidade, assim como as soluções para eliminar os problemas?</p>	<p>Criar ferramenta digital é um grande passo, ter um modelo só e customizado para diferentes produtos. Módulo de cadastro do produtor, módulo de controle, de rastreabilidade ambiental, qualidade, boas práticas de produção, aspectos sociais, entre outros. Foco deve ser em ajudar a associação a se organizar. Envolver equipes técnicas e programadores para ir aprimorando. Ferramenta deve considerar permitir a interface com o consumidor.</p> <p>Com um sistema digital é possível controlar a base, conhecer o produtor e a produção, e demonstrar para o mercado.</p>

	<p>Sistema deve ainda possibilitar que o produtor faça a gestão da propriedade, e pode ter módulos para diferentes estágios, sistema mais simples até mais complexo.</p> <p>Requer serviços de extensão e qualificação, via associação /cooperativa, SENAR, EMATER, para além de fazer a parte técnica, apoiar a digitalização. Consequentemente torna possível envolver os jovens, filhos dos produtores.</p> <p>Criar multiplicadores com entidades para fomentar o uso da ferramenta. Juntar as partes, diferentes organizações do país para fazer isso funcionar.</p>
<p>Avaliação da conformidade.</p>	<p>Avaliação de terceira parte é o caminho ideal, mas isso tem custo, e precisa de uma análise de viabilidade econômica, se é possível incorporar o valor, ou se aposta-se nisso para que no futuro o produtor obtenha retorno. Necessário ter profissionais para estudar alternativas junto com os produtores.</p> <p>Tem IG que com avaliação de terceira parte daria um upgrade enorme, por exemplo café e cacau. Necessário ter mecanismos de controle que possam ser auditados e oferecer garantias para que a associação não “perca a mão” e comprometa todo o trabalho e a notoriedade alcançada pelo produto. Análise caso a caso, produto a produto. Avaliação de terceira parte torna a estrutura mais enxuta, mas não ter não deve ser um empecilho, desde que haja uma boa condição de controle.</p> <p>Pode-se utilizar outros modelos, por exemplo agência de defesa do estado e a própria associação.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte dos consumidores?</p>	<p>Mercado consumidor brasileiro praticamente não conhece IG, afinal no país temos algumas IG e poucas funcionando. IG hoje serve para o produtor se diferenciar. Europa está mais madura para isso, já nos EUA dão pouco valor, nem possuem legislação relacionada.</p> <p>IG é um mote para reunir os produtores e construir uma identidade territorial, objetivo é aprender e melhorar a produção.</p>
<p>Uso indevido de marca, prevenção de fraudes. Como gerir?</p>	<p>Café do Cerrado está vivendo isso. Não tem estrutura para gerenciar, não tem departamento jurídico para apoiar. Melhor solução é conversar e negociar, para evitar gerar impactos negativos para a associação.</p> <p>Alternativa judicial para infrações que não tenham solução por meio do diálogo e da negociação.</p>

	Necessário apoio de instituições e profissionais especializados nessa área, com preços acessíveis, via SEBRAE ou outro parceiro.
Percepção sobre os mecanismos de gestão e distribuição dos selos.	<p>Depende da dinâmica comercial de cada produto e da melhor forma de fazer o marketing. Necessário planejar como tornar o selo conhecido e como ele vai no produto. Desenhar e mapear como ocorre a comercialização dos produtos e como o selo será utilizado.</p> <p>No sistema digital precisa ter mecanismos para acompanhar a gestão do selo. No caso de commodities o selo nem sempre vai chegar ao nível de consumidor, pois a indústria pode comprar o produto com IG, mas não necessariamente vai usar isso frente ao consumidor. Não pode engessar, pois quem manda é o cliente.</p>
Quais outras melhorias poderiam ser implementadas para ampliar a qualidade, rastreabilidade controle e acompanhamento de mercado de produtos com IG?	Fortalecer as organizações de classe – capacitação em questões associativas, gestão, controle. Ferramentas tecnológica ajuda demais, grande estímulo. Foco em organizar as entidades e ter/oferecer sistema digital, pois já há entidades fomentando e desenvolvendo essa agenda, a exemplo do SEBRAE e outras agências governamentais.
E ações de promoção e marketing de IGs, como melhor conduzir?	<p>Necessário organizar a comercialização (entender qual o público-alvo, qual o giro do produto). Primeiro é preciso estabelecer estratégia comercial para depois desenhar a estratégia de marketing. Sistema digital precisa considerar como a entidade gestora da IG vai comercializar o produto e como ela vai fazer o marketing.</p> <p>Fundamental que as entidades além de criarem a IG, façam o registro da marca. Também é necessário que as entidades elaborem um planejamento estratégico para orientar os próximos passos e facilitar a busca de parceiros, de modo que saibam aonde querem chegar.</p>

RESUMO DA ENTREVISTA EXPOCACCER

TRADING DE CAFÉ DO CERRADO MINEIRO

Entrevistado: Sandra Moraes

Dia: 15/07/2022

Horário: 11h às 12h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
-------------------------	----------

Quais são os produtos comercializados? São todos do cerrado mineiro?	A Expocaccer trabalha somente com café do cerrado mineiro, intermediando operações de exportação para 30 países da Europa, Ásia e América do Norte. O Café é vendido para torrefações e para empresas de importação, que depois fazem a revenda para as outras torrefações ou para cafeterias. A Expocaccer não tem acesso sobre as empresas que comercializam o café pronto.
A indicação geográfica é valorizada ou exigida? Como?	Sim. Esta demanda foi trabalhada. Foi induzida para que houvesse o reconhecimento da região do cerrado mineiro como produtora de cafés especiais. Atualmente existem clientes já solicitam lotes de café com a Indicação Geográfica
Existe preocupação com relação a rastreabilidade do produto? Há alguma tecnologia digital utilizada neste processo?	Os lotes são oferecidos com lacres que contém QRcode com as informações sobre a origem da produção.
Existe o reconhecimento dos cafés com IG? Algum benefício direto na precificação?	Os produtos hoje com IG são vendidos com sobrepreço de até 30% do diferencial dos cafés especiais (isso representa algo entre 3 a 5 cents acima do preço cobrado para cafés especiais)
As questões ambientais e sociais já fazem parte da agenda de comercialização dos cafés	Sim. Já existem café certificados com relação a requisitos sociais e ambientais. Isso é valorizado pelo mercado e já uma tendência de começarem a exigir cafés que tenham neutralizam de carbono. Atualmente a Expocaccer está desenvolvendo um projeto piloto com 20 empresas para estudar e avaliar a questão da neutralização do carbono na produção.

Outras Informações

- No futuro deve-se pensar em trazer tecnologias de inteligência artificial para os processos de produção e comercialização de café.

RESUMO DA ENTREVISTA Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Caparaó – APEC

GESTORA DE IG NACIONAL – CAFÉ DO CAPARAÓ

Entrevistado: João Batista Pavesi

Dia: 15/07/2022

Horário: 15h30 às 16h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Qual é a situação da IG do Café do Caparaó?	O Estudo para concepção da IG iniciou em 2013 e no ano de 2019, depois de comprovada a possibilidade de ser criar a D.O do Café foi solicitada a concessão ao INPI, a qual foi obtida em fevereiro de 2021. A IG envolve 16 municípios e o Conselho Regulador já funcionando. Atualmente está se iniciando o processo de

	implementação da IG, com a instalação de escritório físico para a Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Caparaó – APEC.
Quais ações de controle estão sendo planejadas para a IG?	Já foram definidos os processos de controle, com coleta de amostras e análises de laboratórios e provas de café.
Há alguma tecnologia digital sendo estudada para ser utilizada?	O que está planejado é o uso de Qrcode nas sacas de café. Estão acontecendo negociações com a empresa Flowins, que desenvolveu um App para controle e gestão da produção de café, incluindo as questões de rastreabilidade.
Como será feita a a rastreabilidade do produto?	Foi desenvolvido com a empresa Caparaó Júnior (ligada ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Espírito Santo – Campos de Alegre) um fluxograma para organizar as informações e criar a rastreabilidade do produto

Outras Informações

- A APEC realizou os processos de branding, incluindo a criação de página na internet (em fase de implantação), de planejamento estratégico e está apoiando o trabalho de uma startup que desenvolveu um kit para detecção de toxinas e a presença de agrotóxicos usando nanotecnologia.

RESUMO DA ENTREVISTA FLOWINS

STARTUP

Entrevistado: Iago Junqueira

Dia: 15/07/2022

Horário: 17h às 18h

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
O que é a Flowins? Quais são as soluções oferecidas para o produtor de Café?	<p>A Flowins foi criada em 2018 a partir da percepção das dores dos produtores de café, a primeira dor identificada é o preço cobrado pelo café em função dos custos de produção. Os produtores não tem um processos de acompanhamento preciso dos custos de produção e não conseguem saber o melhor preço a ser oferecido pelo café.</p> <p>A segunda dor observada é que o produtor não prova o café por ele produzido e assim não tem ideia da qualidade do café produzido.</p> <p>E a terceira é a gestão do processo produtivo e do controle das informações de produção.</p> <p>A partir destas dores a empresa, que é também uma produtora de café, começou a desenvolver ferramenta tecnológica e testá-la para no seu processo.</p>

	Atualmente a flowins tem um software e um App que são oferecidos para os produtores de café como forma de ajudá-los com a gestão da produção. Além disto a empresa também oferece suporte para a comercialização do produto.
A Flowins oferece alguma solução em relação a rastreabilidade?	Sim. A solução funciona organizando a informação de produção de cada lote, vinculando as amostras retiradas, os laudos de análise e gera no final um Qrcode que permite o acesso de parte das informações para o comprador.
A solução da empresa poderia ser aplicada para as Indicações geográficas, que tem sistemas de controle e requisitos específicos.	A solução permite realizar uma customização com a inclusão dos requisitos e critérios da IG no software de forma integrar as informações dos lotes de café.
A empresa já tem clientes utilizando o software?	Atualmente temos 254 clientes ativos usando as nossas soluções.

Outras Informações: www.flowins.me

RESUMO DA ENTREVISTA Alta Mogiana Specialty Coffee - AMSC

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: Edgar Bressani

Dia: 18/07/2022

Hora: das 15h30 às 16h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
Como está a aceitação da IG (indicação de Procedência) do Café Alta Mogiana?	Ainda é necessário o investimento em promoção para vencer resistências de produtores que ainda não percebem os benefícios da IP. A IP é aplicada tanto para o café verde quanto para o café torrado.
Qual é o sistema de controle atualmente adotado para a IG?	O café precisa beber notas acima de 80 pontos e os produtores precisam ter a produção estabelecida na região da IP.
Como funciona o controle sobre a rastreabilidade dos lotes de café com a IP?	Usamos o serviço da safetrace, onde são inseridas as informações do produtor, do lote de café, incluindo o laudo do laboratório e a partir disto é gerado um Qrcode e quantidade de selos numerados são liberados para o produtor.

O sistema da safettrace usa tecnologia blockchain?	Atualmente não. Mas eles disseram que estão implementando um sistema novo, que deverá ter esta tecnologia.
E do ponto de vista do mercado, em particular nas exportações a IG é valorizada?	Na verdade, não. Os compradores se preocupam com a qualidade, com a origem do produto, mas não solicitam ou exigem a IG. Atualmente eu como produtor exporto para 34 países (América do Norte, Europa, Oriente Médio, Ásia e Oceania)
Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?	O conhecimento sobre a IG pelo mercado, a resistência de produtores e determinadas cooperativas. Por isso desenvolvi projeto para disseminação do conhecimento (latitudes grandcru-coffees) com ações de capacitação, troca de experiências, etc. www.latitudescoffees.com.br
E sobre o futuro? Quais serão as demandas para o produtor de café? Existem já questões ambientais e sociais sendo consideradas?	Sim. A uma questão relevante com a nova lei da Comunidade Europeia, onde os produtores precisarão demonstrar as preocupações e ações em sustentabilidade. Estamos desenvolvendo um projeto piloto com 4 fazendas para avaliar a questão do carbono zero.
Que tipo de tecnologia poderá ser necessária no futuro próximo?	A aplicação de tecnologias nos processos produtivos, incluindo aquelas já utilizadas por exemplo para avaliar o perfil de torra do café e para desenvolver mais processo pós-colheita. No futuro o café deve se tornar algo mais próximo do que já ocorre com o vinho (aplicando-se mais processos e técnicas de fermentação).

RESUMO DA ENTREVISTA KAIZEN

Produtor de Cafés Especiais

Entrevistado: Marcelo Lima

Dia: 18/07/2022

Hora: 19h às 20h

Observação: entrevista realizada por telefone

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
-------------------------	-------------

Onde está localizada a produção de café?	Tenho fazenda em Patos de Minas - MG, cerca de 200 km de Uberlândia. Estou dentro da região do Cerrado Mineiro
A fazenda participa do processo de IG?	Sim. Temos a DO do café do cerrado mineiro.
Porque resolveu utilizar o sistema da Flowins? E a quanto tempo está usando? Nota: O produtor entrevistado foi indicado pelo startup Flowins (www.flowins.me) para falar do uso das soluções da empresa.	O meu café foi certificado pela Rainforest (Rainforest Alliance) em 2021 e senti a necessidade de usar um sistema mais moderno para a rastreabilidade. Estou usando desde então a Flowins, mas por enquanto uso só o modulo de rastreabilidade (não uso o módulo de gestão).
Como funciona o sistema de rastreabilidade da Flowins? Ele conecta as informações dos lotes de café e os laudos de análises?	Sim. Mas vai além disto, porque podemos inserir diversas informações durante as etapas de produção que nos ajudam a melhorar a qualidade do café.
Vocês exportam? Existe aceitação ou exigência da IG?	Sim, exportamos via a Expocaccer e também já fizemos uma exportação para o Canadá via a Flowins. A DO do cerrado mineiro é conhecida e valorizada. A percepção do mercado sobre a DO melhorou bastante.
Quais são os desafios?	Continuar trabalhando o marketing, continuar com os processos de participação em feiras e eventos e na marca do café do cerrado mineiro. Temos também um prêmio cerrado mineiro que promove a cultura da qualidade do café e isso é bastante importante.
Em termos de futuro você vislumbra a cobrança ou exigência do mercado novas questões (por exemplo, sustentabilidade)?	Sim. Principalmente as questões ambientais. Estamos trabalhando no piloto liderado pela Expocaccer sobre a questão do carbono zero, para atender no futuro esta demanda.

Outras informações:

A Flowins tem como diferenciais a agilidade na resposta das nossas demandas, inclusive no desenvolvimento de customização do software para as necessidades da fazenda e a compreensão de como funciona o processo de produção. Eles nos ajudaram muito no início a entender qual era a qualidade do nosso café (os laudos preparados pela Flowins nos trazem muitas informações importantes).

RESUMO DA ENTREVISTA Fazendas de café (Itumirim/MG e Ingai/MG)

Produtor de Cafés Especiais

Entrevistado: Marcio Custodio

Dia: 18/07/2022

Hora: 20h às 21h

Observação: entrevista realizada por telefone

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Observações
Onde está localizada a produção de café?	Tenho 2 fazendas em Itumirim – MG e Iguai – MG (municípios próximos de Lavras-MG)
A fazenda participa do processo de IG?	Não. Nossa região não tem este processo.
Porque resolveu utilizar o sistema da Flowins? E a quanto tempo está usando? Nota: O produtor entrevistado foi indicado pelo startup Flowins (www.flowins.me) para falar do uso das soluções da empresa.	Uso há 3 anos. E comecei para melhorar a rastreabilidade e qualidade do café. Uso o modulo de rastreabilidade Flowins (não uso o módulo de gestão).
Como funciona o sistema de rastreabilidade da Flowins? Ele conecta as informações dos lotes de café e os laudos de análises?	O sistema nos permite colocar todas as informações do processo (uso especialmente para o pós-colheita) e consigo entender se processos funcionam ou não. É possível fazer um ranking dos melhores e dos piores cafés. Na verdade, os erros nos ajudam mais a entender o que não fazer novamente.
Vocês exportam? Existe aceitação ou exigência da IG?	Sim, exportamos. Usamos o Qrcode para a rastreabilidade e não percebemos demandas sobre IG. Os compradores não pedem, nem se interessam por IG, ou certificação do produto. Querem qualidade. Exportamos via cooperativa MinasSul e via a Flowins.
Em termos de futuro você vislumbra a cobrança ou exigência do mercado novas questões (por exemplo, sustentabilidade)?	Não temos demandas agora e não acho que irão exigir.

RESUMO DA ENTREVISTA Carne da Barroã e Mel de Barroso, Cooperativa Agrícola da Boticas (CAPOLIB)

ENTIDADE GESTORA DE IG

Entrevistado: João Paulo Costa, Diretor Geral da Cooperativa Agrícola de Boticas (Cooperativa Agro Rural de Boticas, Agrupamento de Produtores, que detém a gestão das duas IGs

Dia: 19/07/2022

Hora: das 13h30h às 14h30

Questões gerais abordadas

Questões/ Pontos chaves	Resposta
<p>Como são definidos os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>As IG's foram reconhecidas em 1994 e estão no mercado desde 1996.</p> <p>Ambos os Caderno de Especificações foram realizados com o apoio de outras pessoas que já estavam a trabalhar com outras Denominação de Origem Protegida (DOP), do Ministério da Agricultura, da Eng.^a Ana Soeiro. Retratam na prática o que já acontecia em tempos ancestrais, envolvendo as características do produto, o meio ambiente, as pessoas, o espaço físico, as tradições.</p> <p>Os cadernos especificações quer da carne, quer do mel, retratam e documentam o que já se passava no concelho de Boticas, que tem uma tradição melífera desde há muitos anos, aliás o brasão do município tem uma abelha. O mesmo com a Carne da Barrosã que desde tempos ancestrais faz parte dos lameiros e pastagens do concelho de Boticas e de mais 20 concelhos que fazem parte da área IG. No que se refere ao mel fazem parte o município de Boticas, concelho de Vila Pouca de Aguiar e algumas freguesias de altitude do concelho de Murça onde existe uma predominância das ericáceas (urze), porque o mel é monoflorar, mel de urze.</p> <p>O produtor que é IG não é obrigatório ter outra certificação, o produtor pode optar ser certificado biológico ou ter outro tipo de certificação, mas não é obrigatório.</p> <p>Para além disso fazem também os controles analíticos, com a pesquisa dos pesticidas, antibióticos e de outros resíduos. Felizmente nunca tiveram problemas, mas tem que fazer todos os anos, bem como para o controle da % de flora polínica da urze porque trata-se de um mel monoflorar e por isso tem que ter uma percentagem mínima. Para além disso, tudo isto é controlado pela entidade que é Organismo Certificador, neste caso a SATIVA, que faz também visitas aos produtores.</p> <p>Em termos da Carne da Barrosã, no concelho de Boticas tem um apoio de mais proximidade porque estão no concelho. A parte da sanidade animal é controlada pela associação, no outros concelhos é controlada pelas outras associações. Para além disso tem o apoio da Associação de Criadores de Bovinos de Raça Barrosã (AMIBA) que trabalha diretamente com a associação e faz o controle em termos das natalidades, registro de animais, do livro Genealógico,</p>

	<p>dos sistemas de produção e apoio à produção. Existem também os controles realizados pela SATIVA que verificam a estabulação, o bem estar animal, alimentação, tudo o que é necessário.</p> <p>Quer o mel quer a carne têm controles em dois níveis, os realizados pela associação e os realizados pelo organismo de certificação.</p> <p>Os testes analíticos que fazem no mel são realizados em laboratórios credenciados. Para além disso fazem também análises nutricionais, tanto no mel como na carne. No caso da carne, trabalham com o matadouro onde fazem frequentemente testes bacteriológicos e físico-químicos, envolvendo alguns parceiros, como supermercados, que por um lado exigem estas análises, mas por outro também as fazem (pagas pela associação porque são obrigatórias e enviam os resultados, ou seja, é mais um controle.</p> <p>Para além disso tem controle enviado semanalmente pelo matadouro, referente aos abates. Todos os animais são pesados em vida e depois de abatidos, ou seja, o peso antes, depois e a % da rentabilidade da carcaça. Tem ainda as medições de pH, avaliação da carcaça em termos de crescimento da gordura, coloração da carcaça e do desenvolvimento das massas musculares.</p> <p>O matadouro faz o controle de HACCP para a carne, apesar da associação conseguir garantir a rastreabilidade em função da identificação dos animais, a qual ocorre com seu nascimento. O animal é registrado pela AMIBA e fica cadastrado. A partir disto a história do animal é conhecida, conforme estabelecido por lei. Assim, o sistema de HACCP continua sendo aplicado até o momento de entrega e comercialização da carne.</p> <p>No caso do mel é a associação que faz o controle de HACCP, o qual tem essencialmente dois pontos de controle: análises físico-químicas em termos de teor de humidade e análises de pesquisa de resíduos de antibióticos, pesticidas e sulmanidas.</p> <p>Em termos da rotulagem do mel e da carne, cumprem o que está definido na legislação comunitária: identificação da IG, do agrupamento, do organismo de certificação, lotes, etc.</p>
<p>Como são atualizados os Cadernos de Especificações Técnicas e os controles realizados?</p>	<p>Em 2018 fizeram uma alteração menor. Salienta que todas as alterações maiores são muito burocráticas. A União Europeia é muito burocrática. Por exemplo, no caderno inicial não estava identificada a carne congelada, mas apenas nesta revisão conseguiram e considera que apenas</p>

	<p>foi possível porque outras IGs também apresentaram esta necessidade. Tentaram aumentar a área geográfica de produção porque na realidade existem algumas zonas que historicamente sempre produziram carne barrosã e outras que efetivamente produziram no passado, mas neste momento já não produzem porque transformaram-se em zonas despovoadas ou em concelhos citadinos, mas não conseguiram.</p> <p>Apenas fizeram alterações com relação a forma de venda do produto, assim como a nível da referência de alguma legislação que já estava desatualizado.</p>
<p>São realizadas ações de assistência técnica (apoio) aos produtores?</p>	<p>No caso do mel, dão um apoio muito direto a todos os apicultores, a técnica desloca-se com muita frequência às explorações até porque tem a decorrer o Programa Apícola Nacional que é marginal às IGs. Pelo menos 5 vezes por ano, vão a todos os apicultores vê as explorações, nível de produção das abelhas, as doenças, dá apoio técnico nos tratamentos, ou seja, dá o apoio para que tudo seja realizado de acordo com o que está no caderno de especificações.</p> <p>Em termos da Carne da Barrosã, no concelho de Boticas tem um apoio de mais proximidade porque estão no concelho. Já descrito na questão anterior.</p> <p>A partir do momento que o produtor tem um animal pronto para sair, a associação vai buscar à exploração e trata de todo o processo até à venda, recebendo o produtor apenas o valor da venda.</p>
<p>Quais são atualmente as principais dores e desafios para os produtores?</p>	<p>O agrupamento que está a pagar um preço muito elevado pela carne. É extremamente complicado produzir carne deste tipo, a quantidade de kg por carcaça é reduzida, os animais crescem lentamente e é difícil cumprir todos os requisitos definidos para a IG. Cada carcaça pesa muito menos que as de outras raças, que depois chegam a preços baixíssimos e por isso existe uma concorrência muito desleal. Para além depois de todos os custos, porque a certificação tem custos, o recolher os animais das explorações tem custos elevados, as explorações são de minifúndio com explorações com médias de cabeças entre 7 a 15 cabeças.</p> <p>A carne tem que ser vendida a um preço elevado para compensar todas as exigências. Neste momento está a começar mais uma exigência, a do bem-estar animal e em breve vai ser difícil vender carne para as grandes superfícies sem esse certificado. Por exemplo a entidade que controla o bem-estar animal, quer 10€ por exploração e neste caso</p>

	<p>são das organizações que tem mais explorações e menos animais por exploração, logo o preço vai ser mais elevado por animal, em relação a outras raças.</p> <p>Se a isto juntar o aumento dos cereais e dos combustíveis, mostra efetivamente quase numa fase de ruptura.</p> <p>Ainda conseguem motivar os produtores, porque aumentaram o preço, resultante da redução da margem da associação.</p>
<p>No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, há, para além de avaliações independentes, requisitos de autocontrole para os próprios produtores? Se sim, como isso é avaliado?</p>	<p>Trata-se de uma agricultura de complemento a outras atividades, com explorações muito pequenas e na prática não registam muitas coisas.</p> <p>O produtor controla em termos de reprodução no dia-a-dia, dos medicamentos que aplicam, etc. o controle do dia-a-dia deste tipo de explorações.</p> <p>Têm o registo de caderno de campo, obrigatório por lei.</p>
<p>Existe uma análise de custo-benefício sobre os custos operacionais da gestão da IG e os benefícios para os produtores?</p>	<p>Os produtores têm imensos benefícios.</p> <p>Com relação ao mel, é uma produção limitada de extrema qualidade, tem ganho bastantes prêmios e isso tudo tem levado a que conseguiam aumentar o preço, mesmo que ainda não permita ter uma grande margem tendo em conta todos os custos, mais ainda nos últimos tempos.</p> <p>Teriam que haver políticas de apoio a todos estes produtos, quando é visto de uma forma direta, estes produtos IG contribuem muito pouco para o produto interno do país, mas são muito importantes porque fixam as populações no mundo rural, mantém as economias locais e regionais. Existem estudos que mostram que 2000-1500 pessoas vivem da carne barrosã, se a população for embora vamos criar mais desequilíbrios nas zonas urbanas, irá existir o abandono das zonas rurais e ter consequências como as que estamos a viver agora, por exemplo com os incêndios.</p> <p>O tipo de raça barrosã permite o aproveitamento de pastagens em locais de difícil acesso, por isso acaba por contribuir para a diminuição dos custos da alimentação e para também para a manutenção do ecossistema da região.</p>
<p>Há uma percepção de reconhecimento de valor dos controles por parte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos produtores? • Dos consumidores? 	<p>O produtor sabe que, se não cumprir as regras de controle, os animais não serão certificados como Carne Barrosã. Se não cumprir as regras de produção, se o peso não estiver entre o mínimo e máximo aceitável, se o PH não estiver nos valores definidos, se as carcaças não forem de qualidade não são aceites pela associação e ele sabe que o valor que vai receber por não vender como IG vai ser inferior.</p>

	<p>Enquanto que para consumidor, existem tantas certificações que acabam por confundir. Talvez muito poucos consumidores saibam dizer exatamente o que é um produto DOP/IG, mas sabem que é controlado, diferenciado.</p> <p>A marca já é reconhecida no mercado, desde sempre que teve prestígio e mérito. Nos concursos que participam acabam por ter sempre bons resultados o que também ajuda no reconhecimento.</p>
<p>Estão sendo implementadas ações para melhorar a qualidade do produto, novos métodos de rastreabilidade e de acompanhamento dos produtos no mercado, entre outros?</p>	<p>Lançaram recentemente a embalagem de hambúrgueres e almondegas que tem o QRCode. Este direciona para ficha técnica e para o site da associação onde tem toda a informação do produto, da IG e da associação. Não tem acesso à informação referente ao produtor, mas consideram que efetivamente é uma solução e já é muito utilizada.</p> <p>Consideram que as formas como vendem os produtos nem sempre permite colocar a informação dos QRcodes, por outro lado, colocar muita informação pode não ser benéfico. Outra questão relevante é que estão tentando reduzir os impactos ambientais. No próprio rótulo têm o site, onde se pode acessar informações. No caso do hambúrguer, isto também funcionaria para o consumidor final.</p> <p>No caso do mel, ainda não aplicam os QRcodes, desenvolveram embalagens muito <i>clean</i> e as fizeram imensas, quando fizerem novas vão considerar QRcodes</p>
<p>Estas melhorias incluem o uso de tecnologias digitais? Quais? Porquê?</p>	<p>Apenas o QRCode.</p>
<p>Como fazem o registro e a divulgação dos produtores? E a gestão dessa informação?</p>	<p>No mel são menos produtores, que tem um contato direto e visitas frequentes, permitindo atualizar a informação.</p> <p>No caso da carne, tem contatos diretos, fazem assembleias gerais e, também existem as visitas às produções. A associação que faz o registro da raça vai sempre visitar a produção, recolhendo informações.</p> <p>Quando tem um novo produtor que pretende entrar, estes têm que estar na área definida na IG, os animais têm que estar registados no Livro Genealógico, tem que ser controlado pela SATIVA e depois tem que ter a informação geral do produtor.</p> <p>Toda a informação relacionada com as carcaças está registada num programa que tem e onde fazem correlação dos dados.</p>

<p>Tem algum mecanismo para a promoção dos produtos e dos produtores (e-commerce market place? Algo digital?)?</p>	<p>Já tiveram um e-commerce. Está em construção um novo site para a venda online, não só da carne barrosã e mel, mas também vão associar os produtos que tem da loja de produtos rurais e tradicionais. Vão fazer com cestas (cabazes) para tentar diminuir os custos de distribuição.</p> <p>Por outro lado, vão vender também com o matadouro que já tem o sistema e-commerce implementado.</p> <p>Faziam antes da pandemia diversas provas, fazem promoção com flyers, presença em eventos.</p>
<p>Os mecanismos de controle envolvem a participação/uso de organismos de avaliação da conformidade (organismos de certificação, inspeção, laboratórios de ensaio)? Caso sim, é requerida a sua acreditação?</p>	<p>Todos os envolvidos são certificados/acreditados e cumprem os requisitos nacionais e da união europeia</p>
<p>Há ações de controle do uso da marca/selo no mercado pela autoridade da IG? Se sim, como isso é feito?</p>	<p>O controle é feito por pesquisas na internet, denúncias de várias pessoas, de clientes. No mel não tem qualquer registro até ao momento, trata-se de um produto mais marginal. No entanto, na carne barrosã acontece com muita frequência, existem muitos açougues (talhos) e restaurantes a divulgar que tem carne barrosã. Sempre que detectam uma situação de fraude, comunicam no modelo próprio na base de dados da ASAE, pedindo muitas vezes uma indenização. Nos últimos anos, A ASAE tem tido um processo muito mais assertivo e rápido, fazendo logo a visita ao local para validar. Quando a associação percebe que são situações que acontecem, mas que não são fraudes propositadas acabam por sensibilizar e avisar, mas não remetem para a ASAE, caso contrário remetem e vai para tribunal porque é processo crime.</p>
<p>Nos processos de gestão das IG, usam métodos de rastreabilidade baseados em técnicas científicas (tipo “ensaios forenses – DNA”, ensaios químicos ou assemelhados? Quais?</p>	<p>Já recorreram ao Instituto BioMolecular no Porto, para saber se a carne é mesmo do animal específico. Antigamente a AMIBA teve um projeto, em que cada vez que colocava a identificação auricular num vitelo, retirava um pouco da pele e permitia mais tarde analisar em termos genéticos e validar se a carne era dos animais certificados pela associação.</p> <p>Neste momento não tem este sistema implementado, mas podem saber facilmente, se não houver registros de que um estabelecimento comprou carne à associação sabem que não é carne certificada. Se tiverem registros de venda e o ponto de venda tiver certificado de origem (que é entregue a todos os que compram carne barrosã) e se quiserem ter</p>

	<p>mais informação, fazem toda a rastreabilidade para trás e conseguem saber quem era a mãe e pai.</p> <p>No caso do mel aplicam o ensaio químico. No limite podem haver mel parecidos, mas não tiveram ainda situações detectadas de fraude.</p>
<p>Nos processos de controle e rastreabilidade utilizam tecnologias como blockchain ou QR Codes, ou há previsão da sua adoção ou consideração? Se sim, quais as motivações, quais os benefícios e quais os desafios?</p>	<p>Não há previsões.</p>

5.3 Análise das entrevistas

5.3.1 Controle

Na Colômbia, a Superintendência de Indústria e Comercio – SIC, equivalente ao INPI no Brasil, possui uma base de dados online dos autorizados a usar a DO, IG e marcas coletivas, com informações dos produtores e marcas autorizadas, as quais são públicas e estão disponíveis na página web. Há ainda registros adicionais de torradores e trilhadores locais, registro de exportadores, e para cada universo possuem sistemas próprios para administrar os dados e cumprir com a regulamentação relacionada ao armazenamento e tratamento de dados.

Como exemplo, todas as propriedades produtoras de café da Colômbia estão georreferenciadas em um sistema de informação denominado SICA, que permite ter um controle desde a origem até o produto final, que declara ser Café de Colômbia. As informações são atualizadas com dados reais e quase que diariamente por meio do serviço de extensão. Os produtores também podem solicitar ao extensionista que ajude a atualizar as informações da sua propriedade.

Além da gestão das informações via SICA, no caso do artesanato a Superintendência de Indústria e Comercio faz controle das DO por meio de visitas anuais aos escritórios das associações locais para verificar se estão cumprindo com os requisitos e regulamento de uso do selo. Artesanias de Colômbia acompanha esse processo. Caso haja alguma denúncia ou reclamação relacionada, também há uma ação específica para verificação /fiscalização, porém até o momento isso não aconteceu.

No Mexico, o Instituto Mexicano de Propriedade Intelectual - IMPI também recebe a solicitação de uso da DO diretamente do produtor, o qual além de atender a norma, deve efetuar cadastro e pagar taxa (menos de 100\$), só então é emitido ofício autorizando o uso. No caso da Tequila, o ofício emitido pelo IMPI é levado pelo produtor ao Conselho Regulador de Tequila (CRT) para se inscrever como usuário autorizados para o uso da DO. Após esse trâmite é o CRT quem faz o controle e monitoramento de quem tem a autorização de uso, somente se eles acionam o IMPI se envolve.

Sobre o controle de uso da DO, o IMPI avançou pouco, não possuindo base de dados em plataforma digital. Entendem que são temas titânicos em que é necessário se desenvolver sistemas para apoiar o controle, por exemplo para facilitar que nas aduanas seja verificada a base de dados para autorizar ou não a entrada ou saída de produtos com DO. Atualmente o que o IMPI gerencia é para que a elaboração de uma nova norma não se sobreponha com outra já publicada, ou mesmo questões de vinculação de

normas. Mas os usuários não têm acesso aos detalhes desses processos, havendo muito para avançar ainda e dar mais transparência aos processos.

No caso da Colômbia, quando a Superintendência de Indústria e Comércio delega a autorização de uso da DO para uma associação, cabe a essa organização a faculdade de administrar e fazer a gestão com tudo que isso implica, como por exemplo: autorização de uso da DO para os produtores associados, ações de controle e rastreabilidade, publicidade. As ações de vigilância e controle fica a cargo da entidade administradora da DO, afinal conhece melhor a dinâmica relacionada a produção e mercado do produto, assim como tem contato direto com os associados.

Para acompanhar o trabalho desenvolvido pelas entidades gestoras, a SIC solicita o envio anual de um relatório sobre pontos específicos da gestão da DO, como o que estão fazendo, quantos autorizados possuem, se fizeram publicidade ou não, ações de monitoramento. O envio do relatório pode ser em meio digital ou físico, caso cheguem em meio físico internamente na SIC é feita a digitalização para anexá-lo ao sistema. Cabe aos comitês de gestão das entidades autorizadas a utilizar uma DO, a obrigação do envio desses relatórios anuais com sugestões e recomendações de melhoria no que tange a DO. Anualmente as entidades devem fazer o exercício de autoavaliar os impactos da DO, subsídio para planejar o futuro.

Nos últimos anos a SIC vem fortalecendo os canais de comunicação e sensibilização junto a essas organizações, realizando mesas de trabalho e reuniões para identificar as oportunidades e como a SIC pode apoiar a agenda. Recentemente publicaram um documento de referência para facilitar a elaboração do relatório anual das DO. O intuito é fazer chegar as associações as informações e ferramentas para que possam gerenciar e buscar a sustentabilidade nos seus processos.

Já a Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia – FNC, entidade gestora da DO Café de Colômbia e de outras seis DO regionais, dispõe de controles de mercados e aduaneiros. Café exportado é coletado e analisado aleatoriamente nas aduanas, que também têm máquinas de infravermelho que indicam se o café é mesmo das regiões indicadas. Cada porto marítimo e aeroportos conta com postos de controle geridos pela Alma Café, que é o operador logístico da FNC e responsável pela inspeção aduaneira. Possuem todo o conhecimento, laboratórios e tecnologia para fazer a vigilância e o controle. Alma Café é uma empresa privadas que atua com logística e serviços de laboratório. FNC é socia da Alma Café.

Todos os associados da FNC recebem uma Identidade Cafeteira, com o seu número de identificação no mundo do café. Por fazer parte, recebem todos os serviços de assistência técnica e de extensão sem custos adicionais. Seleção cuidadosa dos grãos é ponto de atenção, assim como tecnologias de lavagem e fermentação. Questões agrônômicas e de transformação são chaves para assegurar as características do produto que caracterizam o café colombiano.

A FNC possui ainda sistemas de vigilância através de clientes ocultos. Empresas contratadas nos principais mercados que são responsáveis por identificar os cafés que se declaram colombianos ou usam os selos e verificar as características e qualidade em laboratórios. Possuem ainda serviços de vigilância de marcas online, por meio do qual verificam se a marca Café de Colômbia está sendo usada em sites ou redes sociais de produtos sem contratos de licença e não está autorizado. Com a pandemia passaram a vender sobretudo muito café de maneira online, por isso incorporaram controles digitais, com o monitoramento online do uso indevido da marca/selo.

A marca Café de Colômbia, licenciada pela FNC, está registrada em mais de 190 países. As aduanas de cada país de destino, tem liberdade para verificar, quando da importação e recebimento de uma carga de café colombianos, se ele utiliza o selo e se possui as devidas autorizações. Através dos registros de marca e do direito de propriedade intelectual fazem controles adicionais.

No Brasil, a COOFAMEL, além do processo de avaliação da conformidade do produto, faz o controle por meio de um técnico que dá assistência técnica e fiscaliza o atendimento dos requisitos por parte do produtor com o apoio de um *check list*. O produtor tem que atender 80% dos requisitos para usar o selo da IG. Atualmente o controle é feito em meio físico e em Excel. Cada produtor tem sua pasta física e as principais informações são alimentadas em planilha Excel.

No caso da erva mate, a Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus possui um sistema próprio chamado Data Mate, o qual conta com um aplicativo onde os produtores lançam todas as informações relacionadas, como lote, data da colheita, etc. Produtores que não usam internet mandam os dados em meio físico e executiva da Associação faz o lançamento no sistema.

Cabe a Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus intermediar a demanda de produtores que desejam usar o selo IG, os quais primeiramente devem fazer um curso de boas práticas agrícolas (BPA), uma das exigências para usar o selo. Esse curso é ministrado pelo SEBRAE, via Sebraetec. Além do treinamento, o produtor recebe 3 visitas in loco, na área produtiva, com orientações técnicas. Em seguida, o Conselho Regulador visita a propriedade e verifica se o sistema produtivo atende os requisitos. Isso é feito uma única vez, depois é a indústria quem monitora a qualidade da erva-mate junto aos produtores, o que inclui visita regular a propriedade e análise do produto quando entregue na fábrica.

No que diz respeito ao controle e gestão de uso do selo, até final de 2021 a Associação de Erva Mate comprava e distribuía o selo holográfico, mas devido ao alto custo e por dar muito trabalho, decidiram repassar para a indústria, que fará a aplicação do selo diretamente na embalagem. Esse processo ainda não foi iniciado, já que será incorporado a partir da próxima safra, porém ainda não sabem como isso de dará na prática. Trabalham muito na base da confiança junto aos produtores.

Já os produtores do queijo da Canastra, para atender as exigências da IG precisam, além de apresentar toda a documentação legal, devem cumprir um *check list*, que é acompanhado pelos técnicos da APROCAN. Eles fazem duas visitas de acompanhamento ao ano para cada produtor já autorizado a usar o selo. Também atende eventuais demandas em caso de identificação de algum problema.

No que tange o controle de uso do selo, a Associação é quem faz o pedido e a gestão desse processo. A compra é anual, fazem uma estimativa da quantidade com base na média de produção. Cada produtor paga pelo selo (associação tem margem de lucro) que deve ser aplicado no produto no dia da produção. As informações relacionadas ao uso do selo por cada produtor são organizadas em planilha e repassadas para a associação semanalmente, a qual lança os dados no sistema. Alguns produtores já utilizam a etiqueta com o número de identificação para controles internos relacionados a origem do leite - parcela do rebanho, entre outros, de modo a conseguir rastrear problemas internos na produção.

Nota-se que no Brasil as IG ainda têm controles muito fracos e vulneráveis, pois a estrutura das organizações é pequena, não têm recursos financeiros, nem de pessoal. Necessário trabalhar a profissionalização, a cultura associativa, produtor acaba doando muito do seu tempo e até recursos para a associação e a IG funcionar, e com isso prejudica a seu próprio negócio.

Criar uma IG é o primeiro passo e provavelmente o mais fácil (processo de cartório e organizações de informações), o difícil é desenvolver capacidade de gestão das organizações que dão sustentação a esse processo. Precisa profissionalizar as entidades para que a iniciativa de IG prospere e os produtores aprimorem seus processos de maneira mais rápida, com mecanismos de controle que assegurem a conformidade dos produtos.

Na Comissão Europeia, no que se refere ao controle e às ferramentas utilizadas na sua gestão, destacam-se o sítio *Giview*, que é uma base de dados de pesquisa/website, e o sistema *eAmbrosia*, que é a

plataforma utilizada para registro. O Sistema Ambrosia é o registro oficial de IG da UE. Inclui IG da UE que advêm de candidaturas/inscrições diretas e os dados legais que estão no sistema são transferidos para o Glview que é suportado pelo pessoal do EUIPO – Instituto de Proteção Intelectual da União Europeia. A informação contida no *Glview* está dividida em duas partes: 1) os dados registrados que são retirados do sistema de registro eAmbrosia. Os dados registrados contêm o país de origem da IG, número do arquivo/registo (file number), datas importantes, categoria do produto, links para publicações oficiais no Jornal Oficial, qualquer proteção da IG em acordos internacionais; e 2) as informações adicionais (extended data) que vêm dos registros da Comissão Europeia.

Relativamente aos dados oficiais, o Glview, além dos dados da eAmbrosia que recebe diariamente através de uma sincronização automática, também apresenta dados oficiais de acordos internacionais, que não existem no eAmbrosia. No Glview é possível encontrar uma IG de países de fora da UE e protegida na EU, mas também uma IG da UE protegida em países fora da UE. O Glview tem um back office. Para utilização deste back office disponibilizam formação para todos os Estados-membros e para países fora da UE que solicitam formação para a utilização do Glview no que concerne aos dados adicionais (os extended data). Outro dado importante é que neste back office, as autoridades competentes têm a opção de ligar a informação ao IP Enforcement Portal, que é a Plataforma da UE dedicada à gestão de pedidos de ação aduaneira (AFA) e de lidar com questões de aplicação de Direitos de Propriedade Intelectual – DPI. Desta forma, através da ligação destas duas BD, é possível uma validação mais eficiente e credível da informação.

Os Estados-membros, através das autoridades competentes que têm acesso ao eAmbrosia, enviam as candidaturas, isto depois de todo o processo de verificação e avaliação ser aprovado. De seguida, os registros são transferidos diariamente para o Glview. A partir do momento em que os dados transferidos estão disponíveis no Glview, as autoridades competentes autorizadas podem adicionar informação. Um segundo aspecto está relacionado com as IG da UE e IG de fora da UE protegidas por acordos internacionais. Esta informação é enviada por um canal diferente. Estes dados são validados internamente, tendo como base os acordos internacionais e o contacto próximo com as unidades internacionais. Esses dados são revalidados, e a partir desse momento os países fora da UE têm acesso à sua área privada e podem complementar informação às suas IG.

Note-se que no caso da União Europeia a parte de controle de IG está sob a alçada dos Estados-membros. Cada registro contém uma prova ou declaração do controle que é realizado pelos mesmos. De tempos a tempos, existe controle por parte da Comissão Europeia. A OriGIn, é uma ONG que tem com objetivo promover a proteção legal efetiva e fiscalização das IG ao nível nacional, regional e internacional, por meio de campanhas dirigidas aos decisores políticos, os media e ao público em geral, e também promover as IG como ferramenta para o desenvolvimento sustentável para produtores e comunidades. Representa cerca de 600 associações de produtores e outras instituições relacionadas com as IG de 60 países. Têm uma base de dados com a lista de todas as organizações associadas. Fazem a gestão desta BD internamente, que é relativamente fácil devido ao número relativamente baixo de membros, consistindo de duas categorias, os membros e os membros associados. Têm outra base de dados pública, lançada em 2017, que apresenta uma compilação global de todas as IG protegidas no mundo (e não apenas as IG dos seus membros). Até ao momento têm 9 047 entradas, mas não está completa, estimando-se que venha a atingir cerca de 12 000. Todas as informações existentes na base de dados são fornecidas diretamente pelas organizações associadas, não existindo controle da mesma.

A OMPI/WIPO - Organização Mundial de Propriedade Intelectual é o organismo internacional de Propriedade Intelectual cujos membros são as respectivas autoridades nacionais. tem duas bases de dados onde é possível encontrar informação sobre IG: i) a *Lisbon Express*: específica para o *Lisbon Registry*,

disponível no site da OMPI/WIPO. A base de dados é alimentada pela OMPI/WIPO e é o que está registrado no sistema de Lisboa (*Lisbon System*), que são essencialmente dados de natureza legal das IG e que são fornecidos pelas autoridades nacionais; e ii) a *Global Brand Database*: contém informação sobre marcas registradas (*trademarks*), mas também sobre IG ao abrigo do *Lisbon System*. É um sistema de dupla entrada que permite encontrar informação sobre IG. Alimentada através do *Trademark and Lisbon registration*. Para marcas registradas (*trademarks*) têm como base também o registro nacional dos estados-membros.

Relativamente à base de dados geral, no que diz respeito ao título de proteção de propriedade intelectual, não existe um controle em conjunto com as autoridades nacionais.

No INAO, o Gestor Nacional das IG em França, há dois níveis de controle: o controle e verificação ao nível nacional e o controle ao nível da Comissão Europeia. Em termos de modificações nas condições de produção e controle, regras de *labelling*, etc., todos os tópicos que são geridos dentro das especificações reconhecidas têm que ser submetidos a um dos comitês. Existem comitês nacionais responsáveis por cada tipo de IG. Depois, estas alterações são submetidas à UE para se realizar o registro e verificação final.

Relativamente ao controle dos produtos com IG, este abrange um controle sobre a produção no que se refere ao cumprimento das características especificadas, e que é, efetuado por organismos de controle responsáveis pela verificação das condições antes do marketing e comercialização do produto; e um outro controle, pós mercado.

O controle pós mercado consiste no controle e proteção feitos pelas autoridades nacionais que têm a responsabilidade de fiscalizar as práticas no mercado, como os órgãos ou agências do governo responsáveis pelos aspectos sanitários e controle da rotulagem dos produtos alimentares, em que aqui agem também com atenção a questões como apropriação/utilização do nome, fraude etc. Note-se que para além do controle e monitorização diretos, utilizam-se também as denúncias feitas pelos clientes ou usuários dos produtos (que os adquirem no comércio e podem fazer uma denúncia relativa à qualidade ou sobre aspectos relacionados com os nomes, marcas etc.). Este mecanismo de uso de denúncias está bem estabelecido e estas podem chegar aos órgãos de controle sanitário e do mercado, como já mencionado, às organizações relacionados com as IG ou mesmo ao próprio INAO, embora este caso seja o menos comum.

O INAO é também responsável pelo controle de “referências indiretas” ao nome de IG, ou seja, referências que podem confundir o consumidor e levá-lo a pensar que está a comprar um produto reconhecido, embora não existam informações falsas na rotulagem (por exemplo, usar deliberadamente a palavra “champayne” em vez de champagne, que não é exatamente o nome mas dá a ideia disso).

As associações de produtores são também responsáveis pela proteção e controle do uso dos *labels*. A responsabilidade de proteção é partilhada entre o INAO e estes grupos. Quando estes grupos detectam infrações comunicam aos órgãos oficiais que têm a competência e obrigação de agir. As administrações têm a obrigação legal de agir contra uma infração e, muitas vezes, existem processos de investigação e verificação para se ter a certeza que é uma infração real.

O INAO controla o uso do selo da IG apenas por meio do mecanismo das denúncias mencionado, atuando assim de uma maneira complementar aos demais órgãos de controle do mercado. Assim, o controle é feito, por um lado, pelas autoridades de segurança dos alimentos e concorrência, e por outro, pelas gestoras das IG.

No que se refere ao controle, a Qualifica/OriGIn Portugal, que é uma ONG portuguesa dedicada a promover as IG e atua de maneira articulada com a OriGIn original, refere que os produtores estão sempre a olhar para a relação custo-benefício. O controle tem que ser tão barato quanto possível, mas tem que dar garantias ao produtor e ao consumidor, senão o produtor desinteressa-se (no limite, se considerar que vai perder dinheiro, não vai fazer). Ou seja, tem que haver uma capacidade de explicar ao consumidor que ele está a consumir um produto mais caro, mas com uma garantia de origem e de controle da qualidade ligada a uma determinada origem. Os controles têm que ser efetivos, mas também têm que ser tão baratos quanto possível, por isso na Europa usa-se uma abordagem de risco, porque nem todos os operadores apresentam o mesmo risco. Não faz sentido gastar dinheiro a verificar todos os anos operadores que não apresentam risco. Informaram que na Europa faz-se já o controle do mercado de forma planejada (*market surveillance*), definindo-se o que controlam em cada ano, quando o controle é feito, por quem etc. Os estados-membros tem que fazer planos para 3 anos para controlar o seu mercado, que podem ser ajustados de acordo com situações que vão surgindo. Os planos de controle são feitos para 3 anos e comunicados à Comissão Europeia. Além disso, a cada ano cada estado-membro tem que enviar à Comissão Europeia um relatório dos controles que efetuou, dos resultados que obteve, etc. O que importa notar é que nesses relatórios de controle do mercado há um capítulo especial para as IG, que são analisadas de forma distinta. Os relatórios são padronizados para que a informação partilhada seja igual para todos e possam depois ser realizados relatórios de análise também padronizados. A base de dados que é alimentada com esses dados de controle do mercado tem também que gerir os relatórios de controle. Naturalmente, um controle de um café é diferente de um controle de um queijo, mas os relatórios devem ser padronizados para que depois se possa ter capacidade de elaborar e retirar conclusões, detetar as fraudes nos elos da cadeia de comercialização (se primários, secundários, terciários etc.), e com essa informação será possível definir onde serão realizados mais controles.

Existe um sistema entre estados-membros, que permite que se Portugal, por exemplo, encontrar um problema com um produto no mercado português, envia de imediato informação às autoridades dos outros países para atuarem lá. As bases de dados e respectivos sistemas estão “em contato”, o que permite que exista logo o aviso imediato. Permite também avisar países terceiros com os quais existem acordos comerciais, mas, mesmo não existindo tais acordos, as autoridades avisam as autoridades do país em causa, quer seja porque foi enviado para esse país, ou tenha sido enviado para Portugal (ainda no mesmo exemplo). No caso de não haver relação estreita com o país, avisam-se as embaixadas.

A Federação Café Cerrado Mineiro tem um conselho regulador, constituído por 7 membros, que discute todo o conteúdo, conjunto de normas, regras e processos que são seguidos pelos usuários da denominação de origem. A cadeia de usuários envolve produtor, cooperativa, armazéns, exportadores, torrefador.

Em termos de controle, existem alguns requisitos que tem que ser cumpridos:

- i) o produtor tem que fazer parte da área demarcada;
- ii) a propriedade tem que estar a pelo menos 800 m de altitude;
- iii) a produção tem que ser de café da espécie arábica;
- iv) o café tem que ser depositado em armazéns credenciados pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado;
- v) o produtor tem que assinar um termo de atendimento à legislação brasileira social, ambiental e trabalhista;

- vi) o café tem que pontuar pelo menos 80 (numa escala de 0-100 pontos – a escala internacional dos cafés especiais);
- vii) tem que ser armazenado numa sacaria oficial da região do Cerrado Mineiro;
- viii) o produtor tem que ser credenciado na federação (i.é, associado);
- ix) o produtor tem que ser cadastrado (i.é, registrado formalmente como produtor integrante da IG).

Por meio do cadastro, a Federação insere o produtor no sistema, que é o principal sistema de controle da IG, onde estão todos os produtores que dela fazem parte (cerca de 1000, em meados de 2022). No cadastro constam dados pessoais, socioeconômicos, ambientais e técnicos das propriedades (geolocalização, história, fotos, características do solo etc.). Estas informações suportam a rastreabilidade.

No Café do Cerrado Mineiro, o produtor não faz autocontrole. O controle é feito por vários métodos que incluem a avaliação do produto por avaliadores independentes (árbitros de prova) que seguem uma norma internacional de prova e classificação de café, e são credenciados pela organização gestora da IG para fazer a avaliação da qualidade de forma terceirizada.

A Associação Cacau Sul da Bahia, no que se refere ao controle, define dois aspectos principais no caderno de especificações: a origem do cacau e a qualidade propriamente dita do cacau. Para assegurar a origem, controlam a rastreabilidade das amêndoas de cacau: faz-se um cadastro e visita às propriedades. Com o sistema rastreiam todos os lotes do produtor quanto à origem, coordenadas geográficas, informações do produtor, da propriedade etc. Em relação à qualidade, o produtor tem que fazer uma análise prévia as amêndoas do cacau e enviar os resultados para a associação, para ver se cumprem as especificações definidas no caderno. Depois, quando se faz a visita de campo, é realizado um novo teste, com a amostra coletada na própria propriedade, que será uma contraprova. Com o resultado positivo no teste é autorizado o uso de embalagens com a marca da IG e o QR code. Depois, se o produtor quiser, faz-se uma quarta análise, que é uma análise sensorial, esta última para garantir as condições organolépticas.

Alguns produtores realizam autocontrole mas outros não, a Associação não tem isso como uma regra, podendo alternativamente fazer o chamado controle pelo produtor, que é um controle da produção, mas externo à propriedade. Alguns produtores já estão mais especializados e tem já o autocontrole, com registros internos dos procedimentos, de beneficiamento, colheita, pós-colheita, de quebras, fermentação, acompanhamento de fermentação etc. Alguns já têm instrumentos, como, por exemplo, medidores de umidade, e alguns fazem análises sensoriais do cacau (são controles feitos manualmente). Os pequenos produtores conseguem atingir os padrões, mas sem ter o autocontrole implementado. É uma questão cultural, têm a prática de fazer e o fazem. O controle é assim externo, efetuado pela associação, e inclui inspeções, ensaios em laboratórios etc.

O laboratório do Centro de Inovação do Cacau, faz as análises da qualidade da associação é credenciado pelo Ministério da Agricultura.

As entidades que fazem o acompanhamento com os produtores não precisam ser certificadas ou acreditadas. O controle da qualidade o cacau é diferente do de outros produtos, e é baseado nas boas práticas de fabricação. Os requisitos estabelecidos para a IG têm que ver essencialmente com o processo de produção, portanto com operações dentro da propriedade. Para além dos requisitos da IG, os produtores têm que atender aos requisitos estabelecidos para a atividade, que incluem o cumprimento das Boas Práticas de Fabricação estabelecidas pela Vigilância Sanitária, os demais controles do Ministério da Agricultura e das restantes autoridades aplicáveis, de forma a respeitarem os requisitos legais trabalhistas e ambientais.

Quem presta assistência técnica aos produtores são entidades do governo ou terceirizadas que são credenciadas através de editais. Há produtores que têm outras certificações, como por exemplo, a certificação orgânica, que agregam valor ao produto.

Neste momento, a associação não tem como controlar ainda o uso da marca no mercado, conta apenas com a informação fornecida pelos associados. Já aconteceu uma vez em que detectaram o uso indevido, mas os produtores foram notificados e a retiraram.

As empresas hoje que utilizam a marca da IG neste momento, informam que o chocolate é feito com o cacau da IG e tem cadastro na associação. São 12 empresas que têm cadastro, que conseguem controlar o uso. Não fecham as vendas, mas intermediam as vendas. Será uma necessidade de futuro investir neste tipo de controle.

O SINDICER teve seu Caderno de Especificações Técnicas revisto pelo Conselho Regulador. A primeira coisa que fizeram após a certificação foi criação e eleição do Conselho Regulador. Este conselho foi revendo os processos todos e fazendo as adaptações necessárias.

O controle é feito totalmente pelo conselho, que tem um regimento interno e que inclui todas as que são requisitos, bem como de como o produto é fiscalizado, a periodicidade das visitas às fábricas, as documentações que são exigidas etc.. Está tudo internamente estabelecido pelo Conselho Regulador e no regimento, que é também o regulamento da IG.

A IG foi aprovada no final de 2019 e com a situação de pandemia, apenas em 2021 fizeram o lançamento. Fizeram uma visita preliminar em todas as fábricas, uma visita explicativa onde apresentaram a IG e como tudo funciona, os benefícios, o que precisavam enquadrar etc.. Conseguiram chegar a todos os produtores e fabricantes. Há também uma equipe dentro do SINDICER dedicada ao marketing e que dá todo o apoio aos produtores na divulgação, inclusive quanto ao uso do selo (como aplicar, como usar etc.). Fazem também visitas de acordo com a demanda dos fabricantes. Há uma pessoa do SINDICER que está em contato com os produtores semanalmente.

No processo de avaliação e monitoramento do processo produtivo, em termos da qualidade, não tem parâmetros definidos, devido às características desta produção e variedade de materiais de produção, diferentes linhas etc. Neste momento a IG apenas foca na parte dos defeitos, tendo sido feito um manual específico para isso. O SINDICER faz o controle de todo o procedimento de controle da IG, não há a participação de nenhuma entidade externa. Mas está a ser analisada a criação de um laboratório único dos fabricantes que seria vinculado ao sindicato de classe, para controle e padronizar a matéria prima, criar uma escola junto do laboratório etc.

A implementação da IG é muito recente, e começaram a usar o selo da IG no final do ano passado. Não tem ainda casos de uso indevido, ou uso por outra fábrica que não esteja situada dentro do domínio geográfico. Mas não há também ainda nenhum tipo de controle em relação a isso.

A Maçã de Alcobaça, elaborou o Caderno de Especificações de acordo com o que a legislação exigia. Em termos da qualidade do produto, na legislação nacional e comunitária existem mínimos de calibre, de cor, dureza, de brix etc. A associação internamente estabelece limites mais apertados (por exemplo, para a cor, em certos embalamentos definem 60% de cor, já nas caixas em 70%). Estão também atentos para dar respostas aos pedidos dos consumidores. O objetivo é diferenciarem-se e também sempre competitivos com as maçãs importadas, porque há uns anos atrás os supermercados apenas tinham maçã importada.

Ao longo do tempo foram fazendo algumas alterações ao Caderno de Especificações, seja porque a legislação foi alterada ou porque quiseram alterar ou aumentar a área que tinham, ou ainda porque

havia produtores em que as suas propriedades estavam metade numa região abrangida pela área estabelecida e metade em outra, o que não fazia sentido, uma vez que as características edafo-climáticas eram as mesmas.

Quem faz os controles é o organismo de certificação que também está indicado no Caderno de Especificações, onde é chamado Organismo de Controle (OC). De há uns anos para cá, a associação começou a fazer uma sensibilização para a questão da qualidade, a incentivar a que os produtores trabalhem melhor. Com isso evitaram-se, situações que muitas vezes aconteciam por desconhecimento, de maneira que esta sensibilização acabou por ser um complemento ao que o Organismo de Controle faz.

Em termos de controle, o OC verifica o que a legislação obriga e o que está definido no caderno de especificações. Os membros da associação inscrevem anualmente os produtores que vão certificar. O OC, a partir da lista dos produtores a avaliar, faz o controle destes (nas propriedades) e na central de embalagem (por exemplo, se o lote pertence àquele produtor ou não, se está dentro das especificações do caderno, verifica a produção em campo etc.).

Em termos de requisitos de autocontrole, a IG não os define, mas os produtores têm um caderno de campo que acaba por ser uma cédula de cada pomar, onde registram tudo o que é feito, o que é aplicado etc. Os produtores são obrigados a cumprir com as regras da produção integrada, que é um requisito nacional e da união europeia.

Todos os produtores registrados com a IG estão devidamente certificados e credenciados. O OC é quem faz todo este controle e certifica e há um único OC reconhecido para essa atividade.

A IG da Maçã de Alcobaça não tinha controle do uso da marca/selo no mercado, o único sistema de controle que tinham eram os associados quando visitavam os supermercados, constataavam alguma irregularidade, comunicavam-na à associação e esta comunicava-a à entidade nacional competente (ASAE). Atualmente, uma técnica da qualidade também visita alguns supermercados e acaba por fazer diretamente este controle. Note-se que o Estado Português tem os seus mecanismos de controle, para além de que a própria entidade certificadora (o OC) também faz acompanhamento no mercado do uso de marcas e selos.

As maçãs são vendidas em embalagem de saco plástico e em caixa. Os sacos plásticos têm a marca da Maçã de Alcobaça. No caso das vendidas em caixa, todas as maçãs têm uma etiqueta para reforçar a informação de que é um produto da Maçã de Alcobaça IGP.

Para realizar os controles, neste momento apenas usam os ensaios tradicionais. Há a intenção de pesquisar a possibilidade de ensaios por isótopos permitirem verificar a rastreabilidade, para determinar se uma maçã é da zona definida para a IG, constituindo-se assim num método de garantia de origem.

Por fim, cabe mencionar que o conceito de um selo nacional único, para identificar as IG legalmente estabelecidas, foi apenas instituído no Brasil em novembro de 2021. Por isso o INPI não tem dados relacionados com a quantidade de cadeias produtivas que aderiram ao projeto do selo e se estão usar o selo, lado a lado com a IG registrada. Quando foi criado o selo, não foi definido como se iria controlar o uso, apenas estava-se focado na divulgação. A normativa que o INPI fez dizia que a partir do momento que existe o registro da IG, os produtores podem usar o selo brasileiro. Em março deste ano, foi criado o GIPI (Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual) grupo coordenado pelo MAPA que se propõe a discutir o monitoramento do uso dos selos brasileiro de IG, e em como fazer e implementar o controle desse uso. Enquanto isso não ocorre, os dados de uso dos selos brasileiros estão vinculados às próprias entidades detentoras das IGs e seus controles.

Os cadernos especificações da Carne da Barrosã e do Mel de Barroso, retratam e documentam o que já se passava na produção destes produtos no concelho de Boticas.

O produtor que é IG não é obrigatório ter outra certificação, o produtor pode optar ser certificado biológico ou ter outro tipo de certificação, mas não é obrigatório.

Para o Mel fazem controles analíticos, com a pesquisa dos pesticidas, antibióticos e de outros resíduos. Felizmente nunca tiveram problemas, mas tem que fazer todos os anos, bem como para o controle da % de flora polínica da urze porque trata-se de um mel monoflorar e por isso tem que ter uma percentagem mínima. Para além disso, tudo isto é controlado pela entidade que é Organismo Certificador, neste caso a SATIVA, que faz também visitas aos produtores.

Em termos da Carne da Barrosã, há o apoio da Associação de Criadores de Bovinos de Raça Barrosã (AMIBA) que trabalha diretamente com a associação e faz o controle em termos das natalidades, registro de animais, do livro Genealógico, dos sistemas de produção e apoio à produção.

Quer o mel quer a carne têm controles em dois níveis, os realizados pela associação e os realizados pelo organismo de certificação.

Os testes analíticos que fazem no mel são realizados em laboratórios credenciados. Para além disso fazem também análises nutricionais, tanto no mel como na carne. No caso da carne, trabalham com o matadouro onde fazem frequentemente testes bacteriológicos e físico-químicos, envolvendo alguns parceiros, como supermercados, que por um lado exigem estas análises, mas por outro também as fazem (pagas pela associação porque são obrigatórias e enviam os resultados, ou seja, é mais um controle.

Para além disso tem controle enviado semanalmente pelo matadouro, referente aos abates. Todos os animais são pesados em vida e depois de abatidos, ou seja, o peso antes, depois e a % da rentabilidade da carcaça. Tem ainda as medições de pH, avaliação da carcaça em termos de crescimento da gordura, coloração da carcaça e do desenvolvimento das massas musculares.

O matadouro faz o controle de HACCP para a carne, apesar da associação conseguir garantir a rastreabilidade em função da identificação dos animais, a qual ocorre com seu nascimento. O animal é registrado pela AMIBA e fica cadastrado. A partir disto a história do animal é conhecida, conforme estabelecido por lei. Assim, o sistema de HACCP continua sendo aplicado até o momento de entrega e comercialização da carne.

No caso do mel é a associação que faz o controle de HACCP, o qual tem essencialmente dois pontos de controle: análises físico-químicas em termos de teor de humidade e análises de pesquisa de resíduos de antibióticos, pesticidas e sulmanidas.

Em termos da rotulagem do mel e da carne, cumprem o que está definido na legislação comunitária: identificação da IG, do agrupamento, do organismo de certificação, lotes, etc.

Ainda sobre a Carne Barrosã existe o controle feito por pesquisas na internet e com denúncias de várias pessoas (clientes) e isso, acontece com muita frequência. Existem muitos açougues (talhos) e restaurantes a divulgar que tem carne barrosã. Sempre que detectam uma situação de fraude, comunicam no modelo próprio na base de dados da ASAE, pedindo muitas vezes uma indenização. Nos últimos anos, A ASAE tem tido um processo muito mais assertivo e rápido, fazendo logo a visita ao local para validar. Quando a associação percebe que são situações que acontecem, mas que não são fraudes propositadas acabam por sensibilizar e avisar, mas não remetem para a ASAE, caso contrário remetem e vai para tribunal porque é processo crime.

5.3.2 Rastreabilidade

Na Colômbia, a Federação dos Cafeicultores está desenvolvendo vários pilotos para estimular a incorporação de tecnologias *blockchain*, internet e conectividade do campo. A área comercial e da qualidade lidera essa agenda. Um dos maiores desafios é o acesso à internet e telefone no meio rural. Portanto, destacaram que dispor de tecnologias, como *blockchain* onde se pode administrar dados *offline* é muito importante. Estão explorando soluções *blockchain* que em parte da cadeia não necessitem de conectividade, mas que permitam garantir a rastreabilidade das informações que regularmente são lançadas no sistema.

Destaca-se que mesmo na Colômbia o uso de *blockchain* ainda é muito incipiente, somente propriedades mais desenvolvidas e com conectividade, que manejam as informações de forma mais clara estão usando, o que é um percentual muito pequeno de produtores. Percentual maior não tem acesso à internet, sendo que às vezes estão a mais de uma hora de distância de um povoado com conexão.

O ideal de futuro é que a rastreabilidade seja estabelecida desde a árvore de café, quando se colheu, quando foi lavado, embalado, qual cooperativa comprou, quem torrou, quem vendeu, até chegar ao mercado. Propiciar que por meio da leitura de um código QR seja possível uma viagem de volta até a produção. Estes são projetos de longo prazo, que no momento estão na fase apenas de iniciativas piloto.

De acordo com a Federação Nacional dos Cafeicultores (FNC) da Colômbia, há tecnologias de *blockchain* que não são tão custosas e acreditam que quando houver soluções que atendam a maioria dos produtores, haverá recursos subsidiados pelo estado (recursos do Fundo Nacional do Café, por exemplo) para viabilizar a sua incorporação. Na percepção da FNC, o custo de *blockchain* foi democratizado e o uso de Código QR com um microchip na embalagem tem um custo baixo. Custo não é um impedimento, conectividade no campo é o maior empecilho atualmente.

Na Colômbia o produtor solicita a DO de acordo com o tipo de produto (café verde, café torrado, café solúvel ou extratos), e eles são responsáveis por garantir a rastreabilidade e o controle.

A FNC faz testes para uso de tecnologias acessórias de rastreabilidade, como códigos QR e *blockchain*, porém esses mecanismos não necessariamente serão incluídos nos Cadernos de Especificações, a não ser que se mostrem viáveis técnica e economicamente. Neste caso, quando essas condições forem satisfeitas, podem mudar as condições de inspeção e vigilância estabelecidas atualmente.

No caso da certificadora oficial do Café Colombiano, a Cafecert, o rastreamento ocorre desde que recebem a amostra até atestar a conformidade do produto. Tudo é sistematizado. A amostra é codificada, o que é observado até o final do processo. Como é feita a rastreabilidade dentro dos laboratórios terceirizados também é alvo das auditorias de segunda parte realizadas pela Cafecert. Norma ISO 17067 define os parâmetros para modelos de certificação de produtos e com base nesses modelos são estabelecidos os mecanismos de controle. Cada organismo analisa e define o mais conveniente e a periodicidade que realizam, de acordo com sua estrutura.

No caso do artesanato, além do selo de DO Colombiana, usam Código QR na etiqueta do produto para que o consumidor acesse um vídeo e conheça quem elaborou o produto, quanto demorou e por que pagou um preço justo.

As entidades gestoras nacionais, como IMPI no México e SIC, na Colômbia, não se envolvem na rastreabilidade do produto, essa ação sempre fica a cargo da entidade gestora da IG, no caso da FNC para o café da Colômbia, ou do CRT para a tequila no México.

No Brasil, a IG do Queijo Canastra por meio da APROCAN, adotou o selo de caseína para ajudar na rastreabilidade do produto, o qual conta com um número de identificação que permite que o

consumidor possa lançar o número no site da Associação e saber qual a origem do produto. Entretanto, o produtor ainda não consegue saber onde o produto foi consumido. Estão refazendo o planejamento estratégico da entidade e o intuito é melhorar a rastreabilidade do produto. Ainda estão procurando alternativas e tecnologias adequadas para esse fim.

Os mecanismos de rastreabilidade, assim como de controle, no caso do café brasileiro, também precisam ser aprimorados. Atualmente a rastreabilidade é feita em especial por demanda do consumidor de fora, mas é um caminho natural para ganhar competitividade.

No Brasil, para assegurar a adequada rastreabilidade do café, a Lucca Cafés Especiais, loja especializada na comercialização de cafés com IG, tem laboratório próprio, acreditado pelo INMETRO, para conferir se o que compra corresponde ao que as IG entregaram. Quando fazem a compra, recebem amostra do produto, fazem análise e conferem com o laudo fornecido pela IG. Depois quando recebem o produto fazem nova análise para conferir se a entrega corresponde ao que compraram. Porém, como nem todos os distribuidores têm laboratório, é essencial que o selo seja confiável. Preocupação maior da IG deve ser com o fato de que a amostra enviada para análise corresponda com determinado lote.

Idealmente os selos sempre deveriam estar vinculados a um lote, o qual vem de um talhão de uma determinada fazenda, é colhido em certa data, passa por diversos processo de secagem, depois processo de benefício. Esse lote deve estar separado até a formação do lote para venda. E esse café tem que chegar ao consumidor com esse histórico, que deve ser consistente.

Um software com informações padronizadas facilitaria esse controle e rastreabilidade de todas as IG, respeitadas as particularidades de cada produto, pois assim no final teriam uma unidade nos dados para repassar uma informação padronizada e confiável para o consumidor com toda rastreabilidade.

Para comprovar esse tipo de informação, conviria definir melhor a metodologia de controle da rastreabilidade interna e como se dá a entrega física do produto. Para isto ser viável, é necessário desenhar os processos de controle da rastreabilidade de maneira adequada considerando as situações a jusante, em especial as modalidades de distribuição e de tal modo que todas as IG utilizem a mesma metodologia (ou metodologias compatíveis). Isso faz sentido para quem consome e distribui, além de reforçar o conceito do que são as IG brasileiras, e assim valorizar o selo nacional de origem. Naturalmente, esse esforço de padronização não deve comprometer a possibilidade de inovar, mas parece conveniente estar atento para o aprendizado da prática e das dificuldades concretas da sua implementação.

Algumas IG são mais avançadas em uma etapa, outros em outras. O Café do Cerrado, por exemplo, tem selagem na saca de café verde, ou seja, tem um processo controlado para separar os lotes e entregar de maneira mais controlada o produto, porém nem todas as IG usam o mesmo processo. Já na IG Café Alto Mogiana funciona bem o processo de entrega dos selos para quem revende o café. Quando, no momento da compra, o revendedor fornece as informações de como irá usar o produto, a IG já entrega o produto juntamente com os selos. Enquanto isso, no caso das demais IG de café, após receber o produto, o revendedor tem que entrar no sistema, digitar o código de barras, e solicitar os selos, para depois serem confeccionados e enviados por correio. Nisso são 2 meses que o produto fica parado até poder revendê-lo. O processo precisa ser mais automático. Quando efetivada a compra, o selo precisa acompanhar o produto. Convém notar que o que se descreve acima tem que ver com as práticas utilizadas em várias das IG de Café no Brasil, em que normalmente as negociações comerciais são feitas com a entidade gestora da IG. Obviamente, em outros modelos de atribuição ou distribuição o sistema deve ser pensado para ser seguro e também ágil e eficaz.

A Comissão Europeia é a favor da transparência, ao nível dos consumidores e autoridades competentes. Os consumidores estão cada vez mais conscientes do que consomem. No formulário de registro das IG existe um campo onde este tipo de informações, (de como o país faz o controle e rastreabilidade dos produtos) tem de ser preenchido, principalmente por países de fora da UE. Estas informações são importantes para o consumidor, mas também para as autoridades competentes.

A OMPI/WIPO, nesta fase, ainda não utiliza nenhuma tecnologia em termos de controle da rastreabilidade, embora refiram que consideram a tecnologia *blockchain* e os *QR Codes* como interessantes a serem desenvolvidas. Relativamente à tecnologia de georreferenciação não a utilizam mas informaram que recebem alguns pedidos de informação sobre a localização/origem dos produtos.

No que se refere à rastreabilidade, a Qualifica/OriGIn Portugal, informou que na Europa existe um sistema obrigatório de rastreabilidade de produtos. Por exemplo, os produtores de queijo são obrigados a colocar nos queijos o número de lote, número de código, que permite às autoridades rastrear o produto. Se as autoridades encontrarem um queijo com um lote que tem um problema, automaticamente lançam o alerta para terem atenção com aquele lote específico. Mas como produtor, para ter o número de lote, tem que ter dois tipos de registros, o registro das matérias-primas com as quais fez o queijo, permitindo por exemplo, saber que o leite foi feito com leite que veio da exploração X e o sal foi comprado à empresa Y, e ter o registro de a quem se vendeu o queijo. Por isso, a rastreabilidade dos produtos IG está assegurada tal como está assegurada a dos restantes produtos alimentares, por meio do número de lote. Uma das coisas que a lei em vigor define é que os organismos de controle ou as autoridades públicas obrigatoriamente têm que fazer o balanço entre as matérias-primas que entraram para fazer um determinado lote e os produtos vendidos com esse lote, ou seja, é necessário realizar um balanço de massas, tendo que o produtor dar essas informações.

Na visão dos especialistas da Qualifica, num país como o Brasil, os controles da rastreabilidade deveriam estar centralizados numa base de dados enorme e não estar em papel. Uma base de dados deste tipo permitiria que ao mesmo tempo que se contaria com os dados relativos à rastreabilidade de um produto de um produtor, também seria possível avaliar os próprios mecanismos e processos de controle. Assim, seja quem for a entidade que faz o controle e faz um relatório, essas informações podem ir para a base de dados e assim é possível analisar quem são os organismos de controle que trabalham bem, mas também quem são os operadores que apresentam o menor risco, ou operadores que ao longo do tempo, nunca tem problemas e têm um risco menor do que outros que sistematicamente apresentam problemas. Portanto, a base de dados de operadores, pode servir tanto para registrar os dados dos produtores quanto também dos restantes operadores, que, por exemplo, secam, moem, embalam etc. Todos são operadores que estão envolvidos na cadeia e cujos dados têm que ser centralizados numa base de dados, para se saber onde está o maior risco.

No Café do Cerrado Mineiro, a rastreabilidade vai até na ponta, no momento da certificação do café, em que o solicitante do selo de origem tem que informar o comprador, vai imputando no sistema e consegue por isso fazer a rastreabilidade até na ponta, até onde o café verde chega. Se for solicitado, o selo de origem do café industrializado também tem o controle. O sistema faz a gestão do controle da IG tanto no café verde como industrializado: apesar do *core business* ser o café verde, também há o selo para café industrializado. O torrefador que compra o café verde da região do Cerrado Mineiro com o selo origem, pode também solicitar a certificação para o café industrializado. Ele faz isso através do sistema de rastreabilidade da IG: ele entra no sistema, cadastra-se, insere o código de rastreio do lote que ele pretende certificar e é fornecido o selo, tanto impresso como para imprimir direto na embalagem dele. A exigência da denominação de origem não atinge o processo de torra, porque é muito próprio de cada torrefador, apenas fica na produção e não na transformação.

Em relação à Associação Cacau Sul da Bahia, há dois sistemas de rastreabilidade: estão a fazer uma transição de um sistema fechado, em que a associação insere os dados todos, para um sistema *blockchain* em que o produtor é quem insere os dados. Assim, neste novo sistema, o produtor também passa a ter um papel mais ativo, como corresponsável pelo asseguramento e gestão da rastreabilidade.

Estão a tentar fechar algumas parcerias para fazer rastreamento e comprovação de todas as questões ligadas à parte socioambiental, como moradia, aspectos trabalhistas, conservação de florestas e matas, respeito das questões ambientais, estão a ver como colocam o atendimento a esses requisitos dentro do sistema também.

Por outro lado, as sacas são fornecidas pela associação e todas contabilizadas. Mesmo que tentem falsificar, apesar de não ser impossível, é muito difícil imitar o QR Code, que foi desenhado para rasgar quando abre a linha que é costurada na saca.

Mesmo que se conseguisse fazer esta falsificação, quem o fizesse depois não teria acesso aos laudos e certificados de origem. Existem várias formas de controlar a falsificação e o sistema é da associação e fechado.

O SINDICER implementou o sistema de QR Code desde o início. Fizeram um projeto piloto, com base em muitos exemplos da área alimentícia, onde aplicaram o QR Code. O sistema em uso permite que estabelecer a rastreabilidade, de maneira que o consumidor consegue ver de onde vem o produto. Segundo a experiência do SINDICER, o consumidor quer conhecer a fábrica, a história, o processo e acaba por chegar também as outras fábricas e querer mais produtos.

Atualmente, a partir do momento que é feita a visita técnica de certificação, é preenchida uma matriz de avaliação de controle, assinada por 3 membros do conselho. Os resultados são registrados em relatório e são respondidas algumas questões pelos produtores. Após isso é feita uma reunião final, registrada em uma ata, registrada em cartório e é emitido o certificado. Após a emissão do certificado, a equipa de marketing, manda todo o material de entidade visual, cria o código de cada fábrica, assim como o QR Code e a página institucional de acordo com a informação enviada pela fábrica.

Por outro lado, não se consegue fazer a análise em termos de quem é este consumidor, onde chegam os produtos e outras informações de comercialização de forma a analisar o mercado e também dar respostas adequadas. É uma melhoria que se pensa introduzir, de a rastreabilidade chegar também à distribuição e ao consumidor.

No caso da Maçã de Alcobaça, todos os associados têm um processo de rastreabilidade aplicado que é obrigatório (aliás, todos os supermercados também são obrigados a ter). Ou seja, é possível saber através do rótulo e do lote quem foi o produtor, onde foi embalado e quando, todas essas informações estão já na rotulagem, permitindo que caso exista alguma reclamação, facilmente se vá até ao pomar.

A informação que está nos rótulos é a que está definida na legislação e que também está nos sistemas de rastreabilidade dos associados. Eles sabem quando estão a embalar, sabem quem produziu as maçãs e de onde vêm, em que parcela de terreno foram produzidas. Esta informação está no código de barras e no número de lote.

Em 2021 alteraram a imagem e criaram o código QR nas embalagens, que direciona para o site, onde terá a informação sobre as características da IG. O controle dos códigos apenas está estabelecido ao nível interno, por meio dos rótulos, pelo qual conseguem saber de ontem vem todos os produtos, mas os consumidores não têm ainda acesso a esta informação de forma detalhada. Pretendem que o sistema evolua para a divulgação e sensibilização das características e singularidades do produto, história, e também com informações sobre como trabalham, como fazem etc.

No caso da Carne da Barrosã já recorreram ao Instituto BioMolecular no Porto, para saber se a carne é mesmo do animal específico. Antigamente a AMIBA teve um projeto, em que cada vez que colocava a identificação auricular num vitelo, retirava um pouco da pele e permitia mais tarde analisar em termos genéticos e validar se a carne era dos animais certificados pela associação.

Neste momento não tem este sistema implementado, mas podem saber facilmente, se não houver registros de que um estabelecimento comprou carne à associação sabem que não é carne certificada. Se tiverem registros de venda e o ponto de venda tiver certificado de origem (que é entregue a todos os que compram carne barrosã) e se quiserem ter mais informação, fazem toda a rastreabilidade para trás e conseguem saber quem era a mãe e pai.

No caso do mel aplicam o ensaio químico, mas não tiveram ainda situações detectadas de fraude.

5.3.3 Uso de tecnologias

Na Colômbia, a FNC iniciou o processo de transformação digital internamente, incorporando novas tecnologias, fazendo mudanças internas nos processos e sistemas para torná-los mais flexíveis e ágeis, para que as informações estejam mais acessíveis, inclusive nas páginas web. A página na Internet da FNC foi alterada completamente fazem 3 anos: incluíram informações digitais de todos os Comitês departamentais, o que antes não existia. Também passaram a utilizar o WhatsApp para ampliar e melhorar a comunicação, por exemplo para promover grandes campanhas junto aos produtores. Na Cafecert também utilizam internamente sistemas completamente digitais, para gerir procedimentos e a documentação.

No caso do IMPI mexicano, recentemente avançaram e colocaram na página da internet a lista com as DO e IG, com informação sobre a base jurídica relacionada. O passo seguinte é avançar na digitalização das informações para indicar quantos usuários autorizados há para cada DO e IG, qual o tempo de vigência e quais as marcas (mexicana ou internacionais) autorizadas. A base de dados está em Excel e estão trabalhando para que esse sistema possa ser utilizado por todos os usuários, mas isso ainda está nos passos iniciais, falta muito por avançar.

Já na Colômbia, todas as informações que recebem das associações sobre as DO estão organizadas em um sistema digital de Propriedade Intelectual, denominado [SIPI](#). O consumidor pode pesquisar diretamente na página da SIC, quais são os produtores autorizados de uma DO. No sistema consta informação sobre o número do certificado, o nome da denominação, a marca utilizada, a vigência, a situação (registrada, em análise, ou expirada) e o titular, assim como o histórico do processo de cada autorizado, e os documentos relacionados emitidos pela SIC, como autorização de uso e o certificado de conformidade e atendimento dos requisitos do produto. Além de funcionar como ferramenta de consulta das DO já autorizadas, o SIPI informa quais os documentos e requisitos necessários para solicitar uma nova autorização.

A SIC possui um grupo de operações dedicado aos sistemas de informação digital que tem promovido a ferramenta SIPI junto aos interessados em obter DO, para que os usuários saibam operar o sistema e todo o trâmite de solicitação e comunicação relacionado ocorra via plataforma.

No Brasil, as IG de café utilizam um selo com Código QR que dá acesso as informações do produto, como por exemplo: dados da fazenda onde o lote foi colhido, georreferenciamento da Fazenda, variedade do café, dados do laudo, informações importantes para comprador e cliente final. Plataformas que utilizam são próprias e distintas, e poderia incluir outros dados, como: dia da colheita, quando foi para o terreirão, quando foi para o secador, esses dados de rastreabilidade também devem estar guardados em algum lugar. No QR Code estão os dados relativos às características do lote final, mas inclui pouca

informação do produtor. Poderiam ainda ser inclusos na plataforma dados sobre como o produto foi embalado, características da embalagem. Isso ajuda o consumidor a saber que aquele lote não é um café velho, já que o produto vai perdendo as características de qualidade, principalmente se ele não tiver uma boa embalagem.

Nem todos as IG de café do Brasil tem a plataforma de informações da IG Café do Cerrado, a qual pode servir de modelo, apesar de antiga em termos de software. O sistema do Café do Cerrado está bem lento para acessar os dados do QR Code, o que deve ser um ponto de atenção. Outro aspecto é que o software não permite interação do consumidor e nem faz leitura de código de barra, é preciso digitar 16 dígitos para solicitar os selos. Os selos enviados junto com o produto, inicialmente também não traziam o nome do produtor, assim o revendedor não tinha como saber se o número que estava digitando para solicitar os selos correspondia ao lote que estava comprando, sistema sujeito a falha.

No caso da erva mate, a Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus, elaborou no passado documento com informações de cada produtor, com vistas a usar um código QR nas embalagens para fazer o link com o consumidor, mas a iniciativa não avançou por falta de recursos. Agora, como o selo da IG será impresso pela indústria diretamente na embalagem do produto, entendem que o uso do código QR, de acordo com o lote e o produtor, pode se tornar algo difícil de operacionalizar, já que implica em mudar frequentemente a arte de impressão na embalagem. Ainda não sabe como será feito esse controle.

Já a APROCAN (queijo da Canastra), no início de 2019 começou a usar o selo de caseína no queijo canastra, o que dificulta muito a falsificação, já que possuem um contrato de exclusividade com a empresa francesa (Global Food) que fornece esse selo.

Ainda no que diz respeito ao uso de tecnologias, atualmente a ABICS (indústria de café solúvel) iniciou um trabalho focado na Certificação 4C⁹³ do café solúvel, focado na rastreabilidade ambiental. A certificação faz uso de imagens de satélite atualizadas semanalmente. Cadastram no sistema todas as informações dos produtores, inclusive o Cadastro Ambiental Rural - CAR, e depois atualizam a imagem com a área da lavoura, para verificar, por exemplo, se há sobreposição com UCs ou outras áreas, verificar se cursos d'água estão sendo preservados, e se não há áreas sendo desmatadas. O sistema contribui para avaliar se a legislação ambiental está sendo atendida. Cada produtor recebe um Código QR, como uma identidade, com todas as informações dele, que possibilita gerar análises de acordo com o interesse de cada elo da cadeia, até chegar ao cliente. A ideia é agregar outros recursos já disponíveis no mercado e criar interfaces. Cafés Matas de Rondônia está desenvolvendo projeto piloto com 30 produtores.

Os especialistas da Comissão Europeia/DG Agri destacaram o Projeto “Africa GI Database”, cujo protótipo foi lançado em 2020, que pretende agrupar IG de Africa, mas não se limitando a IG relacionadas com a agricultura.

Em termos de marcas registradas, estão a utilizar a tecnologia de *blockchain*¹ para registro da PI. Têm um projeto neste âmbito, mas é para criar um registro, não para rastrear um item ou produto. A informação que entra no *blockchain* fica inalterada, auditável, ou seja, um registro altamente credível e rastreável. Não utilizam nada relacionado com QR codes.

Uma das oportunidades na era da digitalização é criar *links* entre diferentes projetos. A título de exemplo, sempre que uma IG é mencionada nas *guidelines* poderia ter um *link* direto para o GIview. Este

⁹³ Trata-se de uma certificação de sustentabilidade especificamente desenvolvida para o setor do café, privada e de abrangência internacional (ver <https://www.4c-services.org/about/what-is-4c/our-history/>)

tipo de iniciativas é o que a Comissão Europeia pode fazer como mediadores para aumentar a sensibilização, conhecimento e visibilidade relativamente às IG.

A equipe da OriGIn, tendo em conta o propósito da organização neste momento, considera que não precisam de tecnologias de Inteligência Artificial para monitorizar a utilização de um nome no mercado, ou num *domain system*. Tem conhecimento de alguns grupos de utilizam IA para receber um *input* a cada vez que o seu nome é utilizado nas grandes plataformas eletrônicas de venda, como Amazon, AliBaba etc. ou se um website de segundo nível (*second level domain*) está registrado e em concordância com a IG. Não necessitam destas tecnologias porque defendem um sistema geral.

A OMPI/WIPO está a desenvolver ferramentas de TI para a gestão do *Lisbon Registry*, como por exemplo, uma maior automatização da gestão do registro. Estão a desenvolver serviços eletrônicos para o utilizador do sistema que permite o registro, a gestão do registro (mais ao nível nacional) para que consigam fazer a gestão de todos os registros e ter um portfólio e, depois, possam continuar a gerir a produção das suas IG ao nível internacional. Ao abrigo do *Lisbon System* todos os países designaram autoridades competentes que fazem a ponte com a OMPI/WIPO e o utilizador ao nível nacional. Nesta nova versão, um país pode decidir e possibilitar que um produtor pode inscrever-se diretamente pela OMPI/WIPO.

Deverá ser uma ferramenta muito útil que permitirá facilitar o trabalho das autoridades nacionais: através desta base de dados centralizada será possível realizar a gestão das IG no seu território. Nesta fase inicial, será mais restrito às autoridades, mas se um país decidir pelo registro direto, poderá ser um grupo de produtores ou o proprietário da IG que poderá utilizar o sistema. Neste caso, haverá algumas restrições e apenas terá acesso à sua IG e a informações/dados relacionados com ela.

Com este novo sistema poderão também ter mais dados sobre IG ao abrigo do *Lisbon System* e que, posteriormente, podem ser exportados para base de dados mais gerais de IG. Mas dentro do seu sistema, terão apenas as IG que são protegidas pelo *Lisbon System*.

Em termos de mecanismos de controle de IG, ainda não utilizam nenhuma tecnologia neste sentido. Existe um interesse e desenvolvimento no que diz respeito a mecanismos de controle e certificação de IG, como por exemplo a utilização da tecnologia *blockchain* e, provavelmente, outras tecnologias que possam ser desenvolvidas. Neste momento, com os projetos que têm no terreno não estão a considerar tecnologias a este nível.

De acordo com o INAO, gestora nacional de IG alimentares na França, ao nível nacional todas as atividades são ainda muito tradicionais, as tecnologias digitais não são amplamente utilizadas. O registro e modificações não são obrigatoriamente realizados por computador e, na sua maioria, acontecem em papel. No entanto, a ligação/conexão com a Comissão Europeia é realizada 100% digital, com acesso à base de dados, *gates* específicos para submissão de documentos etc. Não têm projetos relacionados com a adoção de tecnologias, mas assumem que querem tornar os seus processos de gestão mais digitais. No entanto, neste momento, não têm os recursos humanos necessários/suficientes para tal.

No que se refere ao uso da tecnologia, no Brasil o INPI até ao momento não viu nada deste tipo nos processos das IG. Em geral o que está nos cadernos é tudo muito programático. Conhecem algumas soluções que já estão a ser usadas, como por exemplo com o café, o uso de QR Code, no sentido de poder fazer o *link* do produto ao produtor. Em algumas situações até é possível realizar um tour virtual à propriedade de onde saíram os produtos, neste caso em cacau no Espírito Santo. Têm conhecimento também de alguns aplicativos desenvolvidos que em campo conseguiram, mesmo *offline*, colocar dados

relacionados com a produção, mas não sabem se estão a ser utilizadas como controle da IG, ou apenas para o controle da produção.

O INPI até ao momento não desenvolveu nenhuma tecnologia e não está ainda previsto desenvolver. No entanto, o INPI já digitalizou todo o processo de pedido de IG e, desde 2020, todo o contato é digital. Vão tentar controlar internamente o uso do papel e aplicar sistemas tecnológicos.

Para o Qualifica/OriGIn Portugal, hoje em dia não se pode pensar em IG sem estar associada a soluções tecnológicas que abrangem tecnologias digitais. Mesmo os organismos de controle, já ninguém faz relatórios em papel, por outro lado, está tudo padronizado. Por cada produto com IG, há um plano de controle específico, não existe um plano de controle para castanhas, mas sim para cada tipo de castanha. As autoridades que recebem os relatórios das entidades de controle, que também não enviam todos, apenas enviam os que tem questões graves, também têm que armazenar e gerir a informação recebida. Neste momento está tudo informatizado, a informação é facilitada, nem por e-mail já é enviada, vai tudo de base de dados em base de dados, circuito em circuito.

As bases de dados e os sistemas informatizados, são bastante úteis. Mas salienta que não importa só saber quais são os produtores do café do Cerrado Mineiro, mas também interessa saber o que produzem, quantidade, onde vendem, qual a quantidade vendida para o mercado interno e externo, se possível com os preços, para se perceber se está a dar lucro à região, ou não, para ver se vale a pena o investimento. Hoje em dia, existem estados-membros que já fazem o tratamento desta informação, esta gestão das quantidades, dos locais para onde é vendido, do estágio que é vendido.

Segundo a equipe do Qualifica/OriGIn Portugal, a França é um dos exemplos, no qual o INAO apresenta anualmente os seus relatórios e sabe perfeitamente, por exemplo, quem produziu do vinho A, a quantidade de vinho X e vendeu para os locais Y e X. Estes relatórios são publicados a cada ano ou nos 6 meses a seguir e permitem ter uma análise detalhada que permite definir as estratégias de mercado. Em Portugal, o sistema não está tão avançando.

Informou que há planos para que o próximo regulamento da União Europeia para as IG inclua a criação de uma base de dados para receber, tratar os pedidos de registro. A base de dados vai ser estendida a cada estado-membro pelo que vai existir uma base comum a funcionar, em que por exemplo, quando um agrupamento de produtores pede um registro em Lisboa para bolos, esse registro é feito na mesma base de dados, de maneira que após o processo administrativo nacional a informação é transferida para a União Europeia.

Em relação à marcação dos produtos, o consumidor vai ter que ser cada vez mais informado e ter que ter capacidade de passar uma embalagem por um telemóvel e ver se o produto é aquele mesmo. A principal barreira para aplicar estes sistemas junto dos produtores, segundo a Qualifica/OriGIn Portugal é o dinheiro: introduzir isto numa embalagem custa dinheiro. Os produtores entenderem as questões custa esforço. Os agrupamentos de produtores têm que entender os benefícios.

A Federação do Café do Cerrado Mineiro, indica que neste momento o maior volume de café do Cerrado, 90%, vai para o mercado internacional, principalmente Europa. O consumidor quer uma garantia de que o Café é realmente do Cerrado, porque sabem que há o Cerrado Fake. O principal *hub* de café no Brasil é o Sul de Minas, mas vai café do Cerrado para lá. Como este tem características de qualidade melhores, ocorre por vezes de o exportador misturar café de Sul de Minas e vender como Cerrado. Esta situação está comprovada. Mas o controle é também um investimento contínuo e a Federação está com algumas tecnologias em estudo para aplicar ainda este ano, uma delas é o *blockchain* com o qual vão fazer um piloto ainda este ano, e a outra não pode indicar porque tem contrato de sigilo. Adiantou apenas que esta é uma tecnologia que não foi aplicada ainda no café e vai focar no controle, o que irá

permitir falar no controle, proteção e promoção com o uso de tecnologia científica. Essa experiência ainda requer 3 anos de pesquisa. Esta tecnologia é para detectar se o café é 100% ou não Cerrado Mineiro.

Neste momento para a Associação de Cacau Sul da Bahia, o desafio é melhorar o *blockchain*, pensando em mercados futuros. Querem tentar colocar todas as informações socioambientais, neste momento tem as informações da qualidade. O consumidor cada vez é mais exigente e quer ter acesso a várias informações, da fazenda, dos moradores, da preservação do ambiente, das questões ambientais, sem são respeitadas as questões legais. Mas isto tem um custo elevado, o sistema que já existe foi construído em parceria e neste momento precisa de novos investimentos.

A IG é de 2018, o primeiro sistema de *blockchain* foi implementado no final de 2018, numa parceria com a universidade. Em 2019, em meados do ano, começaram o desenvolvimento, em parceria com uma empresa de TI, e em maio de 2021 lançaram o sistema de *blockchain*. Mas as questões de pandemia vieram condicionar as formações aos produtores, em relação ao aplicativo, que, no entanto, é bastante simples de ser usado diretamente no celular, onde o produtor vai fazendo os seus controles, com a associação fazendo os controles externos. Colocar os dados socioambientais é a melhoria que pretendem fazer.

O SINDICER usa o QR code. Não pensaram ainda em outras tecnologias, mas consideram que é totalmente necessário implementar tecnologias e ter dados. Consideram que seria importante os produtores perceberem o mercado. Obter cada vez mais dados, por exemplo de outras fabricas certificadas. Com os dados é sempre possível convencer novos produtores.

A Maçã de Alcobaça, em termos de tecnologias, apenas começou a usar o QR code recentemente e apenas irá fazer uma ligação para o *site* onde podem ser consultadas informações das características da IG e alguns exemplos de produtores.

Durante as entrevistas realizadas com as Entidade Gestoras de IG's de Café, e de produtores de café foi identificado o uso de soluções tecnológicas em forma de plataformas (softwares e app's) para aplicação na rastreabilidade do produto. As duas soluções citadas foram das empresas safetrace e flowins.

Com relação a Flowins, a qual fez parte das organizações entrevistadas, destaca-se que a sua criação (2018) se deu a partir da percepção das dores dos produtores de café, sendo a primeira dor identificada foi o preço cobrado pelo café em função dos custos de produção. Os produtores não tem um processo de acompanhamento preciso dos custos de produção e não conseguem saber o melhor preço a ser oferecido pelo café. Já a segunda dor observada é que o produtor não prova o café por ele produzido e, assim não tem ideia da qualidade do café produzido. E a terceira é a gestão do processo produtivo e do controle das informações de produção.

Atualmente a flowins tem um software e um App que são oferecidos para os produtores de café como forma de ajudá-los com a gestão da produção. Além disto a empresa também oferece suporte para a comercialização do produto.

Segundo a entrevista realizada com o produtor de café do cerrado mineiro Marcelo Lima (Fazenda Kaizen), a Flowins tem como diferenciais a compreensão de como funciona o processo de produção e a agilidade na resposta às demandas, inclusive no desenvolvimento de customização do software para as necessidades da fazenda.

Já o produtor de café Marcio Custodio comentou que o sistema da Flowins permite colocar todas as informações do processo (uso especialmente para o pós-colheita) e, assim entender se processos

funcionam ou não. É possível fazer um ranking dos melhores e dos piores cafés, possibilitando aprender com os erros.

Nota¹: Blockchain é um registro compartilhado e imutável que facilita o processo de registro de transações e rastreamento de ativos, seja um ativo tangível (uma casa, um carro, dinheiro, um terreno) ou intangível (propriedade intelectual, patentes, direitos autorais, marca). Praticamente qualquer coisa de valor pode ser rastreada e comercializada, reduzindo o risco e reduzindo os custos para todos os envolvidos.

Blockchain pode ser definido como uma coleção de ferramentas algorítmicas, que, em harmonia, solucionam problemas presentes em transações entre duas partes.

Blockchain também pode ser descrita como uma cadeia de blocos (conjunto de informações digitais), onde cada bloco contém o registro de diversas transações. Os blocos são sempre adicionados em ordem cronológica ao fim da cadeia de blocos, de onde nunca poderão ser removidos após sua validação. Como a cadeia de blocos está sempre disponível a todos os usuários da rede, é simples consultar o registro de um bloco específico.

A tecnologia Blockchain ganhou força com as criptomoedas, mas vem também sendo utilizada em outras aplicações.

Para as indústrias Farmacêutica e Alimentícia as Blockchains se apresentaram como solução para um problema de décadas: a dificuldade de obtenção de dados transparentes na gestão da cadeia de suprimentos. Antes de chegar à nossa mesa, um bem de consumo, passa por uma série de procedimentos (logísticos, químicos, etc.) e muitas vezes – devido a ausência de informações – se torna difícil para o gestor de uma empresa manter o controle de qualidade sobre o produto em todos esses processos.

As consequências dessa falta de informação são variadas, como: contaminação de produtos, fraudes dos intermediários e baixa previsibilidade de preços e demandas. Assim, por se tratar de um banco de dados descentralizado, as redes Blockchain permitem que o acesso aos dados seja feito de maneira mais eficiente. Mitigando esses efeitos, as empresas podem melhorar os seus serviços ao consumidor, ao mesmo tempo que aumentam seus lucros.

5.3.4 Interface com o mercado

Na Colômbia, a FNC possui uma plataforma de e-commerce [“Compro Café de Colômbia”](#), lançada na pandemia, que tem como único requisito que o produto seja 100% Café Colômbia, ou seja, tenha DO. Também possuem perfil em redes sociais, e todos os produtores com DO podem enviar vídeos e outros conteúdos para que a FNC faça a promoção. Também tem uma plataforma para educar o consumidor final, onde ensinam sobre a história do produto, a preparar o café, e a identificar um legítimo café colombiano. Têm ainda a Real Academia de Café, que oferece cursos gratuitos para o consumidor final.

No caso do artesanato, é a Artesanías de Colômbia, sociedade de economia mista vinculada ao Ministério de Comércio, Indústria e Turismo, que faz a gestão de uma plataforma de e-commerce dos produtos com DO. Também lançaram uma Mapa Turístico Colômbia Artesanal com rotas em inglês e espanhol, que valoriza os produtos e experiências relacionadas. São 12 rotas promovidas via site e APP. Utilizam ainda Códigos QR para facilitar o pagamento das peças de artesanato. O tema do "digital" não é fácil para os artesãos, conectividade não é a melhor em muitas regiões do país.

No Brasil, quem revende café com IG não consegue ainda agregar valor por meio do selo. Isso só irá acontecer quando houver divulgação, marketing. Atualmente não há material escrito de apoio sobre o

selo IG, é apenas um apelo visual. Na loja informam sobre o que se trata e ajudam a divulgar. Faltam, portanto, ações para promover o consumo de produtos com IG.

Apesar do foco inicial de trabalho para fortalecimento das IG ser nos processos até o produto chegar ao mercado, o marketing é essencial, afinal só faz sentido ter o selo se o consumidor souber do que se trata. Uso da mesma identidade facilitaria, pois há várias vantagens quando há uma união do setor e o software/plataforma pode ser uma ferramenta para buscar essa unidade.

No caso do mel brasileiro, a COOFAMEL faz a divulgação por meio de *site* próprio, que conta com *e-commerce*. Também promovem os produtos com IG nas redes sociais e mídia espontânea, via assessoria de imprensa.

Atualmente a COOFAMEL só comercializa produto fracionado e no mercado interno. Exportação ocorre via empresas especializadas no mercado internacional, sendo que 70 a 80% do mel da região vai para exportação. Percebem que quem exporta o produto não valoriza o fato de o mel ter IG, acreditam que isso vá se fortalecer quando a COOFAMEL exportar diretamente.

No caso da Erva mate, a interface maior com o mercado fica a cargo das indústrias locais que processam a produção. A entidade gestora da IG atuou pouco na promoção, o que conseguiram é expor o produto com selo IG em pontos de venda no Paraná, os chamados Pontos de Origem Paraná. Atualmente têm os produtos expostos em Pontos localizados em 2 supermercados e uma cafeteria em Curitiba, e em 1 restaurante, no município de Palmeiras.

No caso da APROCAN, a divulgação dos produtos para o mercado ocorre através do site da associação.

Para promover uma melhor interface com o mercado se faz necessário organizar a comercialização (entender qual o público-alvo, qual o giro do produto). Primeiro é preciso estabelecer estratégia comercial para depois desenhar a estratégia de marketing para cada produto. O Sistema digital precisa considerar como a entidade gestora da IG vai comercializar o produto e como ela vai fazer o marketing.

Sobre a interface com o mercado, os técnicos da Comissão Europeia destacaram que a iniciativa que desenvolveram e para a qual convidaram chefes renomados a cozinhar com produtos com IG foi muito bem recebida pelo público. Por outro lado, outra iniciativa utilizada pelo departamento de promoção foi a presença das IG nas redes sociais. Quando uma nova IG é aprovada é publicado no Twitter, Facebook e outros canais da Comissão Europeia. Outra tendência é a disponibilidade da informação sobre um país também publicada nas redes sociais.

No que se refere à relação com o mercado a OMPI/WIPO considera que no *Lisbon Express* são maioritariamente autoridades e investigadores que querem saber qual é a situação atual do *Lisbon System*, assim como advogados de propriedade intelectual que podem ter interesse em saber, de forma exata, o que é produzido e onde. Relativamente ao público em geral, os acessos serão em menor número. Para o *Global Brand Database*, o público-alvo é basicamente o mesmo, mas provavelmente existem mais agentes de registro de marcas/agentes de PI (*trademark agents*) a utilizar esta base de dados para saber qual a situação nos diferentes países. É possível também que alguns indivíduos que queiram proteger a sua marca registrada e saber qual a situação num determinado país usem a base de dados. A base de dados é extensa, mas a maior parte dos dados é relativa a marcas registradas, as IG representam uma pequena parte.

O INAO compila no seu site as várias informações sobre as IG, nomeadamente as especificações, o endereço da associação de produtores, tipo de produto, descrição, a história do produto. Isto é, algumas das informações não são de caráter legal ou formal, mas sim de natureza não oficial ou mesmo informais, usadas com o objetivo de divulgar/informar consumidor. O INAO não comunica

especificamente cada produto com IG, é mais responsável pela comunicação global do sistema. A responsabilidade de comunicar os produtos é das associações de produtores ou dos grupos “interprofissionais” (um grupo de produtores maior que engloba várias associações de produtores menores; uma espécie de federação para o mesmo produto).

Há cerca de 20 anos, o INAO montou/configurou um sistema específico informático de monitorização dos registos de marcas. Este é um sistema totalmente automático, onde o INAO introduziu todos os nomes de IG francesas. Quando uma *trademark* é registrada, em qualquer lugar do mundo, e contém uma referência a uma IG francesa, o sistema lança um alerta automático para a caixa de e-mail. O alerta é recebido e é realizada uma avaliação para perceber se é uma infração real. Recorde-se que o INAO tem duas formas de proteger as IG: uma mais simples e informal, por meio de *denúncias do mercado* (*usuários, outras empresas*), ou mesmo mediante uma queixa informal de uma pessoa no supermercado; ou através da monitorização dos *escritórios de PI* (*IP offices*) que controlam e verificam todas as candidaturas para ter a certeza de que não existe apropriação do nome das IG francesas.

Quanto à monitorização dos produtos vendidos eletronicamente (em plataformas eletrônicas, por exemplo, como os *marketplaces* como a Amazon), não fazem essa monitorização e não têm os recursos para tal. No entanto, todos os dias recebem alertas de consumidores, produtores ou colegas de outros países.

Segundo a Qualifica/OriGIIn Portugal, nos produtores o controle não é fácil, mas é um número finito e sabe-se quem eles são, já o mercado é um número muito grande de agentes económicos, feiras, cafés, bares, restaurantes, lojinhas, gente a vender na rua, grandes supermercados, lojas de bairro etc. Consideram que a dimensão do mercado é tamanha que há dúvidas de que qualquer país tenha capacidade para ter uma equipa de inspetores que seja capaz de monitorizar tudo. Terá que ser monitorizado de outra forma, recorrer a tecnologia, QR codes ou outras que vão ser inventadas. Vai-se ter que recorrer cada vez mais a sistemas eletrônicos, códigos e outras soluções.

A própria proposta do novo regulamento comunitário que a Comissão Europeia apresentou em março, refere que as autoridades de cada estado-membro têm que ter uma base de dados com todos os produtores de IG, que posteriormente vai ser centralizada numa base de dados europeia. Ao nível da Europa já existem bases de dados europeias dos sistemas luta anti-fraude que têm níveis diversos de possibilidade de acesso, diferentes graus de acesso de acordo com a função/necessidade de acesso. Tem que haver bases de dados em comum, para que mais rapidamente se possam combater essas fraudes que em alguns casos são de milhões de euros. Bases de dados proporcionam a possibilidade de se acumular informações dos diferentes operadores, quer sejam produtores, quer sejam vendedores e os estados-membros têm acesso, para perceberem onde estão as fraudes e como calculam o risco desse operador.

A Associação de Cacau do Sul da Bahia tem parcerias com uma plataforma de *e-commerce* para venda no mercado livre, utilizam redes sociais, tem um canal *youtube*, mas consideram que precisam de melhorar e investir nesta área, porque é fundamental o uso adequado destas ferramentas de divulgação e marketing da IG. Consideram que têm um setor técnico muito bom, mas que a comunicação não é boa.

No caso do SINDICER, não têm canal próprio das fábricas certificadas. Cada fábrica comercializa os seus produtos em atacado ou no varejo, a maioria das cerâmicas de Porto Ferreira trabalha em atacado, tem também as suas lojas na cidade e muitas também vendem em algumas plataformas de *market place* do Brasil. Como exemplo, citam a plataforma *Shooping Virtual da Decoração*, que tem mais de 60-70% das fábricas certificadas. Pretendem implementar um *link* único onde os clientes possam encontrar apenas os produtos de procedência certificados, mas muitas destas fábricas certificadas apenas vendem no

atacado ou em locais em que se comprometem com toda a sua produção, por isso são muitos casos distintos e fica difícil colocar tudo numa plataforma.

No caso da Maçã de Alcobaça, cada um dos associados é que comercializa a sua própria fruta. A associação apenas faz a promoção e divulgação do produto. A mudança que existiu em relação aos supermercados, resulta de muitos anos de investimento na promoção, a participar em diversos eventos, a oferecer muitas maçãs, a ir junto de um público alvo muito diversificado. A maçã acaba por ser um produto muito saudável, que pode ser consumido de diversas formas.

No caso da Carne Barrosã e do Mel de Barroso está em construção um novo site para a venda online, não só da carne barrosã e mel, mas também vão associar os produtos que tem da loja de produtos rurais e tradicionais. Vão fazer com cestas (cabazes) para tentar diminuir os custos de distribuição.

Por outro lado, vão vender também com o matadouro que já tem o sistema e-commerce implementado. Além disto, faziam antes da pandemia diversas provas, promoção com flyers e presença em eventos.

5.3.5 Avaliação da Conformidade

Na Colômbia, no caso do café, primeiramente o produtor interessado deve preencher formulário junto à FNC para obter autorização de uso da DO. Posteriormente tem início o processo de certificação via Cafecert (análise documental e de amostra de produto). O certificado de conformidade de produto é a prova de que o café atende as características requeridas. Os requisitos utilizados para certificação foram definidos pela Federação quando solicitou a proteção da DO junto a Secretaria de Indústria e Comércio do país. Uma vez certificado, uma cópia do certificado é enviada para o dono da marca e outra cópia segue para a FNC. Na sequência, a Federação emite uma carta de autorização e com ela o produto está autorizado a usar o selo de DO.

A fundação Cafecert nasceu em 2010 vinculada à Federação Nacional de Cafeicultores, e em 2014, por uma solicitação do Organismo de Acreditação Colombiano, se organizou de forma independente com o objetivo de assegurar a imparcialidade do processo.

O organismo de certificação avalia os requisitos pré-definidos, de acordo com o tipo de produto que será certificado. Para isso, a Cafecert utiliza 5 laboratórios de terceiros, três na Colômbia e dois no exterior, a fim de facilitar e baratear os custos de análises dos produtos exportados. A Norma ISO 17065, relacionada a acreditação de organismo de certificação de produtos, permite usar recursos externos, ou seja, laboratórios de terceiros, os quais devem ser competentes e ter essa competência avaliada.

Segundo o decreto 1595, que institui o sistema nacional da qualidade da Colômbia, os organismos de certificação devem sempre utilizar laboratórios acreditados. Porém, como ainda não há nenhum laboratório acreditado para fazer todos os tipos de ensaios relacionados ao café no país, a Cafecert faz a avaliação desses laboratórios segundo a norma ISO 17025, que define os requisitos técnicos aplicáveis a laboratórios de ensaio, em atendimento à especificação do Organismo de Acreditação. Realizam essa avaliação por meio de auditorias anuais. Como alguns dos laboratórios contratados já possuem determinados ensaios acreditados diretamente pelo Organismo de Acreditação, nesses casos a Cafecert não faz a auditoria desses ensaios. Para acreditação de laboratório que fazem a certificação de produtos com DO utilizam como referência o Regulamento Colombiano 1050, para IG protegida.

Para verificar a conformidade do produto usam métodos físicos, sensoriais, químicos, análise de infravermelho e cromatografia, de acordo como tipo de produto a ser certificado. Para avaliações dos cafés regionais colombianos usam máquina com leitura de infravermelho, que verifica o DNA do café. Somente utilizam provas químicas, como níveis de cafeína e ácidos clorogênicos, em casos específicos,

quando há dúvidas e incertezas nas provas sensoriais. Para as provas organolépticas os laboratórios utilizam a NTC 4883, norma técnica colombiana que equivale a análise quantitativa descritiva.

Para exemplificar os custos da avaliação da conformidade para o produtor, vale indicar que a Certificação para torradores de café sai por aproximadamente 58 USD. A certificação é válida por 10 anos, porém para mantê-la vigente fazem controles anuais que custam para o produtor na faixa de USD 50 a 60 dólares. Pode-se notar que os preços são acessíveis a pequenos produtores. Acrescente-se ainda que cerca de 85% dos custos da gestão e operacionalização da IG são suportados por recursos públicos, do Fundo Nacional do Café.

No caso do artesanato colombiano, o trabalho é mais colaborativo, do Estado junto às organizações de artesãos, para que as coisas funcionem bem e os produtos tenham qualidade, não tanto fiscalização/avaliação. Todos os estados têm uma equipe de trabalho da Artesanías de Colômbia, com especialistas em desenvolvimento humano, em comércio, em desenho industrial, os quais fomentam e apoiam essa agenda. Cabe às próprias organizações locais (associações cooperativas), por meio do Comitê de Gestão, e seus membros fazer a administração, gestão, e controle de acordo com o regulamento de uso para manter os padrões de qualidade e assegurar o uso do selo.

No Brasil há dificuldade em relação aos custos de certificação para as IG, pois os profissionais são caros. A IG Café da Mantiqueira usa laboratório de terceiros, sob demanda, pois nesse caso podem demandar profissionais super qualificados e ter um laudo fidedigno. Há percepção de que laboratórios ligados a federações ou outras instituições podem enfrentar momentos distintos, as vezes perdem bons profissionais o que acaba alterando um pouco a qualidade das análises. O ideal é usar laboratórios privados, pois estes conseguem assegurar testes melhores com o mesmo padrão de análise. Mercado internacional de café exige laudos para produtos certificados, e por isso multiplicou o número de laboratórios no país.

No caso da COOFAMEL, de todo o produto que chega na associação é retirado material para análise, por lote e por produtor. Análise é feita pela UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, parceira da Associação.

A conformidade da erva mate é monitorada junto aos produtores pela indústria responsável pelo beneficiamento da matéria-prima, o que inclui visita regular aos produtores e análise do produto quando entregue na fábrica. Alguns requisitos que os produtores devem atender são: ter o cultivo da erva mate consorciado com floresta nativa (cultivo sombreado), não ter criação de animais domésticos na área de cultivo, dispor de faixa de 3 metros de largura de cortina verde nas divisas e limites com outros tipos de cultivo, além do curso de Boas Práticas Agrícolas. Já para que a Associação de Erva Mate conceda a autorização para a indústria utilizar o selo de IG, ela precisa ter a certificação de Boas Práticas na Fabricação (BPF), o que é feito pelo SENAC e SENAI, com avaliações anuais independentes. A indústria também precisa necessariamente estar instalada no território da IG para assegurar a qualidade do produto quando da secagem.

Cabe à indústria apresentar o certificado de BPF anualmente para a Associação gestora da IG. Para indústrias que atuam somente no mercado interno não há outras exigências, porém para empresas que trabalham com mercado externo são exigidas todas as análises de laboratório, de modo a atender norma técnica específica.

No caso do queijo da canastra, a APROCAN está estruturando um laboratório próprio para fazer análises microbiológicas do queijo e da água, porém ainda não é acreditado/reconhecido pelo IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária. As análises que não são realizadas internamente enviam para serem efetuadas por laboratório e veterinários que necessariamente devem ser acreditados pelo IMA.

Antes da pandemia, o Conselho Regulador da APROCAN começou a fazer auditorias nos produtores, mas parou e ainda não foram retomadas. Um ponto de atenção aqui é o fato de que os técnicos responsáveis por assessorar os produtores na adequação dos processos produtivos, são os mesmos que fazem a auditoria, o que é um potencial conflito de interesses. Auditorias externas ainda não são realizadas. De acordo com a Associação, os custos são elevados para os pequenos produtores, que produzem em média 25 peças de queijo por dia, o que representa um empecilho.

Nota-se que avaliação de terceira parte é o caminho ideal, mas naturalmente isso tem custo, sendo necessário analisar a viabilidade econômica, para verificar se é possível incorporar o valor, ou se aposta-se nisso para que no futuro o produtor obtenha retorno. Necessário ter profissionais para estudar alternativas junto com os produtores.

Há a percepção de que algumas IG, como por exemplo as de café e cacau, teriam um *upgrade* enorme ao adotar avaliações de terceira parte, pois tornaria a estrutura mais enxuta. É fundamental ter mecanismos de controle que possam ser auditados e oferecer garantias para que as entidades gestoras não “percam a mão” e comprometam todo o trabalho e a notoriedade alcançada pelo produto. Analisar caso a caso, produto a produto, sobre a forma de assegurar a maior confiança para o processo de controle e conformidade da produção é uma das etapas cruciais do estabelecimento de uma IG. Para isso contar-se com avaliação de terceira é sem dúvida um fator chave de consistência e segurança. Contudo, o formato a adotar deve ser o resultado da ponderação dos vários fatores em causa, considerando cuidadosamente os custos e as diversas alternativas disponíveis. O nível de controle adequado não deve ser visto como um empecilho e a solução deve ser adequada aos riscos. Convém notar que o uso de terceira parte não se restringe a empresas privadas, mas pode incluir também o uso de órgãos técnicos como uma agência de defesa do estado e eventualmente a execução de atividades de controle pela própria associação, neste caso salvaguardando-se a independência do processo de avaliação.

A Associação Cacau Sul da Bahia tem o laboratório do Centro de Inovação do Cacau, que faz as análises da qualidade para a associação e, é credenciado pelo Ministério da Agricultura.

As metodologias utilizadas nos ensaios laboratoriais que realizam são baseadas nas normas internacionais aplicáveis. Quem presta assistência técnica são entidades que são credenciadas através de editais que o governo terceiriza ou através de oficiais do governo.

Como já mencionado, alguns produtores têm outras certificações, como por exemplo, a certificação orgânica, entre outras, que vão agregar valor ao produto, mas são opção deles.

Na Federação dos Cafeicultores do Cerrado, todos que entram no sistema da IG já cumprem com os requisitos especificados. Assim, quem está dentro do sistema, já está num nível de maturidade superior, garantindo o cumprimento das exigências, apenas existe necessidade de melhorias a nível dos relatórios emitidos.

O regime de controle inclui a realização de uma auditoria de terceira parte, já há 5 anos. A auditoria é realiza ao nível de toda a cadeia anualmente, sendo emitido um relatório anual, com a implementação das melhorias indicadas.

O controle do produto inclui um ensaio organoléptico, que é feito por árbitros de prova que são credenciados da Federação, de acordo com uma norma Internacional.

Na Maçã de Alcobaça, todos os membros que intervêm no sistema da IG estão devidamente certificados e credenciados, de acordo com a legislação e normas em vigor. A entidade certificadora (OC) é quem faz todo este controle e certifica.

Quanto ao uso de laboratórios, cada produtor faz as suas análises onde entender desde que o laboratório seja acreditado. A entidade certificadora, a mesma para todos os produtores, quando faz o controle no terreno recolhe amostras para realizar análises e analisa em seus laboratórios ou em laboratórios externos que contrata.

O SINDICER estabeleceu como requisitos para os produtores, a entrega de documentos básicos de registo e funcionamento da empresa (cadastro na prefeitura, alvará de funcionamento, bombeiros, etc.), não é pedido qualquer tipo de certificação

O sistema de controle da IG prevê apenas a atuação do SINDICER faz o controle, não há o envolvimento de nenhuma entidade externa. Até ao momento é suficiente, mas está a ser analisada a criação de um laboratório único dos fabricantes que seria vinculado ao sindicato de classe, para controle e padronizar a matéria prima, criar uma escola junto do laboratório, etc.

Em Portugal, a Qualifica/OriGIIn Portugal, recomenda que se siga o que a Comissão Europeia define, em que todos os produtos alimentares têm de cumprir o regime geral existente em termos de qualidade, microbiologia, higiene das instalações, rotulagem, rastreabilidade, etc. Estes são requisitos obrigatórios de segurança dos alimentos e alguns aspectos ambientais e de qualidade. Naturalmente, é óbvio que um produto alimentar com IG tenha que atender necessariamente os requisitos obrigatórios aplicáveis. Os requisitos relativos à IG são complementares aos requisitos obrigatórios. Assim, na Europa, o controle oficial vai verificar se tudo está a ser aplicado, sendo realizado por organismos do estado (por exemplo, em Portugal a Direção Geral de Veterinária, que faz para os queijos todos do país, incluindo o da Serra da Estrela). Depois, ainda seguindo o mesmo exemplo, para o Queijo da Serra da Estrela IG, tem que ser realizado o controlo específico em termos dos requisitos definidos para a IG. Ou seja, as IG têm dois passos de controle que, em alguns estados-membros, podem ser feitos pela mesma entidade pública, e noutros estados-membros, como é o caso de Portugal, a parte geral é feita pela administração pública e a parte específica é delegada a um organismo de controle que faz esse tipo de controles (e quem paga é o produtor). Os organismos de controle, geralmente empresas privadas, tem que ser acreditadas pelos organismos nacionais de acreditação, segundo as normas ISO pertinentes, e ter o estatuto de organismo de certificação de produtos reconhecido junto da Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR).

No caso do INAO, entidade gestora nacional de IG da França, ao se estabelecer o esquema de controle, o INAO faz a designação de órgãos de controle para a qual é requerida a acreditação pelo COFRAC – o Organismo Nacional de Acreditação francês (e, conseqüentemente, com base nas normas internacionais). Neste momento, há cerca de 12 a 14 órgãos de controle reconhecidos/designados para IG e para agricultura orgânica (que também é administrada pelo INAO).

O INAO designa os órgãos de controle, que são acreditados. Cabe aos grupos de produtores e/ou produtores escolher um órgão de controle que utilizarão.

Todo este processo/esquema de controle segue a regulação comum das IG ao nível da UE e, ao nível interno (em França), têm diretivas e diretrizes que também são seguidas. Cada IG tem ainda um plano específico de controle.

O INAO, anteriormente, tinha um sistema híbrido, tinham organismos externos de controle e o controle interno levado a cabo pelo INAO diretamente com os produtores. Atualmente, o INAO tem o controle e certificação delegado a 100% a órgãos de controle. O INAO supervisiona o trabalho destes órgãos de controle, isto é, é o órgão de controle designação destes órgãos de controle que, por sua vez, fazem o controle dos produtos IG.

Têm três níveis de controle: 1º autocontrole (*self-control*) por parte dos produtores; 2º controle interno (*intern control*) realizado pelos grupos de produtores; 3º controle externo, exercido pelos órgãos de controle (*control bodies*).

5.3.6 Dores e Desafios

No caso do café colombiano, um desafio enfrentado atualmente são os preços e a dinâmica de mercado. No momento atual o preço da matéria prima está muito elevado, e embalagens também estão caras. Então, como quem transforma e vende para consumidor sempre quer alcançar uma margem de lucro maior, estão comprando produtos de menor qualidade que não cumprem com as características. Como desdobramento, a FNC está retirando a autorização de uso de DO de várias organizações.

Há ainda o aumento do interesse de pequenos produtores em empreender no mercado do café, com marca própria, processando e comercializando de forma independente. Pessoas com pouco recursos, que têm dificuldade para obter a autorização de uso da DO, pagar e sustentar a conformidade do produto. O Fundo Nacional de Café, gerenciado pela FNC, subsidia em 85% dos valores, apesar disso alguns pequenos produtores sinalizam que têm dificuldade em pagar a certificação.

A Cafecert também relatou como maior desafio, a necessidade de fazer com que os produtores entendam que o produto deve ser certificado. Mencionou ainda que são necessários esforços constantes para fazer o produtor compreender, inclusive os já certificados, que a FNC e a Cafecert são organizações independentes, com funções distintas.

Já os artesãos com DO na Colômbia demandam que o estado amplie as ações de sensibilização de mercado, destacando os diferenciais de adquirir um produto com selo de DO e IG, para apoiar a comercialização. Outro desafio diz respeito à dificuldade de fazer com que o tema IG e DO seja devidamente entendido pelos produtores/artesãos. O combate à pirataria também é um desafio importante, além do uso de tecnologia. Artesanías de Colômbia estimula a criação de websites das organizações, mas notam que devido aos custos de manutenção, as organizações acabam não renovando os registros online a partir do segundo ano.

No caso do México, o IMPI, entidade gestora nacional de IG, citou que os desafios dependem da DO. Ter uma única entidade responsável pelo controle, como no caso da tequila que conta com o CRT, fica mais fácil controlar, já no caso do Mescal, que não tem uma organização única que faz a certificação e assegura a rastreabilidade de todos, o controle por parte do IMPI é mais difícil. Nesse caso, indicou que o importante é que os autorizados compreendam que todos precisam atuar juntos e unir esforços para assegurar o controle e a qualidade do produto. Custos também é um desafio para levar a cabo as políticas. Aqui, um exemplo interessante do retorno do investimento, é o exemplo do CRT, que consegue ter maior atividade e intervenção em outros países, com escritórios internacionais, porque o setor avaliou que o investimento compensava bastante, em virtude dos resultados alcançados, em particular em relação ao combate aos produtos falsificados no mercado internacional.

Já na Colômbia, a SIC mencionou ser chave que todas as DO contem com uma organização gestora forte, fundamental para administrar todas as frentes de trabalho. Refere que é um desafio seguir fortalecendo o associativismo, para que essas organizações se estruturam melhor e tenham mais recursos financeiros, técnicos e administrativos para potencializar as DO.

No que diz respeito ao envio dos relatórios de acompanhamento pelas DO, poderia se fazer mais, trata-se de um desafio constante para as associações e para a SIC. Assim como indicado pelas Artesanías de Colômbia, a SIC também citou o fato de algumas regiões e associações terem restrição de acesso à internet, e por isso de ainda receberem documentação em meio físico.

Outro desafio é fazer com que as pessoas, em especial o produtor, compreendam o que é uma DO, e seus benefícios. Inclusive fazê-los compreender como utilizar e aliar outras ferramentas de propriedade intelectual. SIC indicou que há um falso entendimento de que apenas obtendo a DO, o produtor vai obter maior lucro com a produção. Necessário fazer com que as associações entendam que é preciso ter uma estratégia integral - comercial e jurídica, pois a DO é um meio e não um resultado em si. Necessário estratégia para chegar ao mercado de modo que o consumidor possa reconhecer o valor agregado, assim como é preciso resguardar a DO para coibir o uso indevido.

Outro desafio é fortalecer os processos de socialização em um território, para buscar a integração dos produtores de modo que desde o início do processo todos se sintam incluídos, e não haja rupturas. O intuito é que todos os produtores possam participar do processo de solicitação de uma DO e se sintam representados, com isso a administração da DO funcionará melhor.

No Brasil, todas as regiões têm dificuldade, pois falta recursos para a criar a estrutura de controle e rastreabilidade. A questão dos recursos financeiros é limitante, principalmente em regiões menos favorecidas, as quais muitas vezes são as que mais se esforçam pela qualidade, pois a produção é menor. A região do Alto Caparaó, que tem um café de ótima qualidade, mas que é constituída principalmente por pequenas propriedades é um exemplo, já que ainda não conseguiram estruturar os processos de controle e rastreabilidade. Software de uso comum poderia auxiliar esses produtores.

Já para a COOFAMEL, uma das dificuldades encontradas está relacionada à implementação dos requisitos do Caderno de Especificação por parte do pequeno produtor, apesar daqueles que usam apresentarem uma melhoria na produção. No momento estão atualizando o Caderno para torná-lo mais acessível e com linguagem mais clara para o pequeno produtor. O *check list* tem mais de 80 requisitos e irá ser reformulado, pois tem alguns muito técnicos, baseados em regulamento federais para pequenas indústrias. Requisitos que se mostraram inviáveis serão retirados e vão incluir outros.

Outro desafio indicado pela COOFAMEL é a resistência de produtores mais antigos em implementar mudanças e melhorias no processo produtivo. Mais uma vez foi relatada a dificuldade em mostrar para o produtor o benefício da IG. Trata-se de um trabalho de longo prazo, processo contínuo de sensibilização. As unidades próprias de cada produtor para a extração de mel (a “casa do mel”) também precisam de melhorias para assegurar maior qualidade ao produto.

No caso da erva-mate, a associação é pequena e tem pouca capacidade executiva, por isso requer muito trabalho voluntário, tempo doado pelo “amor a causa”. Outro desafio atual diz respeito à comercialização do produto com IG pelos agricultores junto as 7 indústrias instaladas no território. Cinco delas são de pequeno porte e duas são grandes e concentram a compra do produto. No entanto, uma delas só trabalha com produtores cooperados. Já a outra indústria maior tem adquirido o produto dos produtores menores não cooperados, mas como há pouco reconhecimento da IG, a associação e os produtores têm receio de não conseguirem escoar o produto para as indústrias do território.

Segundo a APROCAN o principal desafio está relacionado à legislação que deve ser atendida pelo produtor artesanal: como exemplo citou que o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Queijo, que precisa evoluir. Também citou como desafios fatores relacionados a Inspeção realizada pelo IMA. Técnicos utilizam os mesmos critérios para os pequenos produtores e para grandes laticínios, além de haver variação na interpretação da lei por parte desses profissionais.

Outro desafio apontado é que a APROCAN é muito pequena e tem limitações para promover ações de conscientização dos consumidores sobre o selo IG e os diferenciais desses produtos.

No que diz respeito à fiscalização do uso inadequado de marcas e prevenção de fraudes, as IG não têm estrutura para gerenciar, nem tem departamento jurídico para apoiar, a exemplo do que vem

acontecendo com o Café do Cerrado. Como solução buscam conversar e negociar, para evitar gerar impactos negativos para a associação. Alternativa judicial é um caminho apenas no caso infrações que não tenham solução por meio do diálogo e da negociação. No entanto, é necessário apoio de instituições e profissionais especializados nessa área, com preços acessíveis, para que as IG possam se resguardar.

Foi instituído em março de 2022 um grupo de trabalho, sob o comando do Ministério da Agricultura (MAPA), em consequência da criação do Selo Brasileiro, pelo INPI em Novembro de 2021. Trata-se de um trabalho recente, que ainda está nas primeiras reuniões. Consideram que as principais dores neste momento, estão relacionadas a se o conceito que se tem em relação às IG está de acordo com o que os produtores querem mesmo colocar na rua. Consideram que com frequência surge a pergunta de que "Será que a indicação de procedência precisa ter este nível do controle pelo que a lei pede? Será que questões de características e qualidade do produto não mais estão vinculadas às denominações de origem, que são muito menos registros do que as indicações de procedência?" A dor maior é saber se não se está a ser muito exigente com as indicações de procedência no Brasil de acordo com a legislação atual. Acrescente-se que GT debruça-se sobre a questão dos controles, Entende que é importante olhar para o controle, e que é importante o INPI olhar em conjunto com as outras instituições e não sozinho. Concordam que todo o requisito tem que estar definidos e muito bem comprovado em relação a cada espécie de indicação geográfica. O controle precisa existir, mas não conseguem atacar sozinhos estes problemas.

Para a QUALIFICA / OriGIIn Portugal, o conceito de IG não é um conceito fácil das pessoas perceberem, entenderem que o produto é o que é porque está ligado a uma determinada região. A IG é muito mais que um selo, uma marca, é todo um conceito de ferramenta de desenvolvimento, é propriedade intelectual. Mas não é fácil que o público em geral entenda o que é a IG.

Outra questão complexa é o agrupamento de produtores, referindo que não é fácil criar um agrupamento, pelo menos em Portugal. É difícil, porque as pessoas são muito individualistas e acham sempre que os produtos que fazem são sempre melhores e que ao juntar-se com os outros vão estar a beneficiar o vizinho. Os agrupamentos de produtores, se têm a sorte de ter alguém com mais visão, vão em frente. Se não for o caso, muitas vezes resulta difícil avançarem e não são capazes de saltar para o mercado. Na Europa é visível o número elevado de IG registradas, mas que depois não se traduzem em produtos no mercado, resultado desta situação de os agrupamentos não conseguirem vencer esta inércia inicial. Este ponto deve ter apoio por parte de quem sabe, não quer dizer que a administração pública deva pôr um tutor, mas tem que ajudar. Por exemplo, na sua ótica, no Brasil, o SEBRAE tem essa função de os ajudar a dar o passo fundamental de saltar do anonimato para o mercado. Mas ir para o mercado com um produto que por si já é bom, senão já tinha desaparecido ao longo dos tempos, mas que se for vendido com uma embalagem, rótulo e uma boa campanha de promoção irá muito mais longe e tem retorno muito mais imediato.

Na Europa, considera que este é cenário um pouco de forma geral, apesar de que alguns já terem passado esse estado há algum tempo, mesmo com alguns fracassos e, por outro lado, acabam por puxar uns pelos outros. No caso de Portugal, ainda existem muitos fracassos, também há uma administração pública que não tem ajudado. A Qualifica tem ajudado muita gente, mas não consegue chegar a todos.

Mas também existe quem consegue ter sucesso e estar no mercado e são cada vez mais. Os estudos na Europa mostram que os números são bastante elevados, já se exporta uma percentagem significativa de produtos IG e que tem milhões de euros por trás, o que significa milhares de produtores e muito dinheiro a ir para as zonas rurais, o que é muito bom.

Outra questão muito sensível é a parte dos controles. Refere que sabe que esta questão é particularmente sensível no Brasil, porque não há uma legislação sobre o chamado controle oficial, que

proteja, como em Portugal, quer a parte da produção, quer a parte dos mercados. A legislação define que existam controles específicos quer sobre a verificação do cumprimento do Caderno de Especificações, quer sobre as questões ligadas ao mercado.

Considera que o sistema, na Europa, está razoavelmente mais fraco, hoje em dia e por isso vão haver esforços agora de aperfeiçoamento, com ênfase nas questões de mercado, que é onde se verificam as maiores fraudes.

Outra situação que já foi verificada no mercado europeu foi a importação de quantidades muito elevadas de mercadorias falsificadas da China, Vietnam e outros países asiáticos, EUA e ainda outros países. Por isso, na Europa está-se a fazer umas bases de dados, em que os próprios agrupamentos de produtores são encarregues de colocar as informações sobre os produtos. Para além do caderno de especificações, são colocadas informações sobre as características dos produtos e as diferentes formas como os diferentes produtos se apresentam no mercado, como rótulo, embalagens etc. para que as autoridades que fazem o acompanhamento do mercado e para quem está nas alfândegas tenha informação dos diferentes produtos que pertencem a cada IG, sempre que possível com imagens. Entendem que é necessário fornecer às autoridades as informações das diferentes IG, para que possam ser reconhecidas fácil e rapidamente. Esta informação deve ser controlada pelos produtores porque é quem têm sempre as informações atualizadas e estão mais interessados em ter sempre tudo atualizado.

A Federação Café Cerrado Mineiro trabalha constantemente a geração de demanda, desenvolvimento de mercado, porque a base de uma IG é a notoriedade, é o mercado demandar esse produto. O investimento vai nesse sentido e dá resultado, têm aumentado de ano para ano. A primeira preocupação é gerar demanda, aí surge a necessidade de proteção, porque há o uso indevido da marca Cerrado Mineiro. O controle é muito complexo de ser feito, é uma cadeia global, não há muita tecnologia disponível e investimento também para se assegurar tudo o que é necessário. Mas o controle é também um investimento contínuo e a federação está com algumas tecnologias em estudo para aplicar ainda este ano.

Na visão do setor, os principais desafios de hoje são as questões climáticas. O consórcio Cerrado das Águas está a tentar dar resposta as estas questões. Gestão de custos é um desafio constante: por exemplo, os fertilizantes atingiram um custo bastante elevado, então a aposta é em fertilizantes biológicos e o Cerrado já está a fazer experiências de implementação. A qualidade é muito mais uma oportunidade do que um desafio, porque já é uma realidade para o produtor. Transformação digital também é um desafio, mas tem que ser muito bem pensada, porque está surgindo muita coisa que foi desenvolvida sem se conhecer a realidade do terreno e não vai ter resultados, não é executável.

O produtor tem que ser o protagonista. A transformação digital passa primeiro por uma questão de fazer chegar a internet a toda a área de produção, mas tem hoje soluções para isso. Por outro lado, tem que ter educação, formar os produtores nestas jornadas de transformação digital, não é apenas o desenvolvimento de sistemas, a federação pode ajudar na capacitação, para a maior parte dos produtores trata-se de um tema abstrato.

De acordo com a Federação, existe neste momento uma fragilidade jurídica no Brasil: não existe segurança para mover um processo jurídico contra uma marca que esteja fazendo uso indevido da marca do Cerrado Mineiro, porque não sentem segurança do INPI. Há alguns casos de uso indevido, a indústria já foi notificada, a gestora da IG considera mover um processo, mas quando analisam a informação obtida do INPI ficam com receio de perder as causas, consideram que a lei tem que ser alterada.

Para Associação Cacau do Sul da Bahia, o produtor do Sul da Bahia tem uma dor que é a doença da Vassoura de Bruxa que levou a que a produtividade tenha caído estrondosamente. Inclusive a IG é uma forma de agregação de valor que procura apoiar a recuperação da situação de crise provocada pela doença. A associação destaca que dentre as questões mais críticas são a assistência técnica, crédito e a relação com os compradores que negociam o cacau como commodity, não considerando a IG. Desta forma, eles têm um problema sério de preço, em que parte do mercado não compra a qualidade e a singularidade do Cacau do Sul da Bahia.

Há ainda o desafio da viabilização da IG, não só ao nível dos produtores, mas como um todo, já que, assim como outras IG, tem muitas dificuldades quanto a recursos para a sustentação da IG. A associação presta um serviço, a rastreabilidade, pelo qual o produtor paga uma taxa. A associação tem trabalhado também uma marca coletiva de chocolates, mas, tem enfrentado embaraços na questão do marketing, divulgação e comunicação e isso é um exemplo dos obstáculos porque é preciso passar para divulgar o produto. A pandemia agravou essas dificuldades. Tinham estabelecido um calendário anual de eventos com o SEBRAE, a FIEB e outras instituições, mas que foi interrompido e agora tem que ser retomado. A comunicação interna e externa ainda são complicadas, são atividades que exigem uma dedicação e recursos que a IG não tem e acabam por afetar a comercialização. Contudo, apesar destes aspectos, o cacau não tem sobrado, mas podiam ter alcançado mais mercados.

O SINDICER considera que o maior desafio é a utilização do selo, os produtores entenderem a realidade e potencial do selo, pois para o setor tudo é muito recente com a IG. É necessário continuar a existir um trabalho de sensibilização. No workshop que fizeram em maio, um dos maiores fabricantes mostrou a sua experiência e os mercados a que conseguiu chegar com essa certificação da IG o que foi muito bom para os restantes produtores verem e se sensibilizarem. Neste momento considera que é um dos maiores desafios o de convencer os responsáveis das fábricas do benefício da IG, que o entendam como um investimento e não como um gasto.

Para a Maçã de Alcobaça, os principais desafios são a qualidade e também manter-se competitivo com o preço resultante da valorização das vendas consequência da IG. Depende muito das questões comerciais: há uns anos os supermercados apenas queriam vender produtos com IG e aí os produtores que podiam vender com IG não o faziam. Nas condições atuais, os preços são cada vez mais baixos enquanto os custos de produção e embalagem são cada vez maiores, o que ameaça a viabilidade e competitividade dos produtores com a IG e tem já implicado em que os produtores venham tendo resultados em queda. A associação internamente também define para a comercialização da Maçã de Alcobaça critérios de qualidade um pouco superiores ao que o caderno assim exige, ou seja, acabam por trabalhar muito mais a marca coletiva do que a IG. Consideram que a marca coletiva está a valorizar, que já criou notoriedade junto do consumidor. Por isso os associados vendem a IG numa qualidade premium e ficam sempre com as outras maçãs de qualidade inferior para vender de outra forma.

Muitas vezes na seleção na linha de embalagem, acontece um dos grandes problemas: às vezes há erros na seleção que é feita e acabam por ensacar algumas maçãs com menos qualidade. Por isso a técnica de controle da qualidade desloca-se de maneira sistemática aos vários locais e incentiva e alerta para a necessidade do controle da qualidade e do cumprimento dos requisitos.

Um desafio grande neste momento é conseguir manter os supermercados com esta abertura para a comercialização da IG e também conseguir valorizá-la, não só para incentivar os produtores a continuarem a plantar e trabalhar cada vez melhor, porque sabem que se trabalharem cada vez melhor sabem que a sua fruta é valorizada.

Para a Carne Barrosã teriam que haver políticas de apoio, pois quando é visto de uma forma direta, estes produtos IG contribuem muito pouco para o produto interno do país, mas são muito importantes

porque fixam as populações no mundo rural, mantém as economias locais e regionais. Existem estudos que mostram que 2000-1500 pessoas vivem da carne barrosã, se a população for embora vamos criar mais desequilíbrios nas zonas urbanas, irá existir o abandono das zonas rurais e ter consequências como as que estamos a viver agora, por exemplo com os incêndios.

O tipo de raça barrosã permite o aproveitamento de pastagens em locais de difícil acesso, por isso acaba por contribuir para a diminuição dos custos da alimentação e para também para a manutenção do ecossistema da região.

5.3.7 Percepção de valor

A FNC não desenvolveu estudo relacionado à percepção de valor, contudo educam e estimulam o consumidor final a adquirir produto autêntico colombiano, e para isso usam ferramentas como o selo Café de Colômbia e de DO. Para isso o consumidor precisa de garantias de que ao obter os selos os produtos são avaliados, e para isso é fundamental ter um processo de rastreabilidade por trás. Garantia se oferece tendo controle, podendo assegurar a autenticidade do produto. Se não há controle se desvirtua todo o sistema, e por fim, afeta o consumidor.

De acordo com a SIC, na Colômbia percebe-se um aumento do interesse das comunidades e dos produtores sobre o tema da DO, as quais estão ganhando visibilidade no mercado. A percepção é de que devido ao acordo comercial com a União Europeia, por meio do qual muitos produtos na Colômbia passaram a contar com o selo de IGP da UE, o consumidor se inteirou mais a respeito do tema, conseqüentemente mais produtores estão querendo entender e buscando a DO para acessar novos mercados.

De acordo com a COOFAMEL ainda é necessário trabalhar na sensibilização do consumidor, mostrar os diferenciais dos produtos com IG. Mas já notam uma mudança em comparação com quando começaram. Na região o produto já é um pouco mais conhecido. Entretanto, nos últimos anos decidiram diminuir a diferença de preço entre produtos com e sem IG e passaram a investir mais em divulgação. Foi uma decisão da diretoria da Associação. Atualmente um produto com IG custa apenas R\$ 0,50 a mais do que o sem selo IG.

A Associação dos Amigos da Erva Mate de São Mateus mencionou não ter realizado nenhum estudo específico, mas citou que as duas indústrias maiores atingem um ganho 30% maior ao comercializar um produto com selo IG. Uma embalagem de 1 kg de erva mate comum é comercializada por R\$ 12,00, já 500g do produto com IG é vendido por R\$ 15,00. Assim como no caso do mel, há uma percepção de aumento do reconhecimento do valor dos produtos com IG, em especial com a realização do Fórum Paraná de IG. Os consumidores ainda conhecem pouco, mas notam alguma evolução no entendimento.

Já a APROCAN relatou que os produtores percebem valor no selo IG, visto que a procura pelo queijo com o selo tem aumentado, tanto por parte do consumidor final como por quem revende o produto. O fato de terem conseguido solucionar um caso de falsificação de rótulo aumentou a credibilidade no trabalho desenvolvido pela APROCAN. Já o consumidor ainda não entende o que é IG, apesar de desejar o selo.

A APOCAN possui dados de venda e faturamento de cada produtor de queijo canastra, mas as informações não estão organizadas. Informaram que os produtores autorizados a usar o selo conseguem agregar valor e comercializar o produto com preço melhor: em média vendem a peça de queijo por R\$ 65,00, já quem não possui o selo vende a R\$ 45,00 a 50,00 reais.

Há uma percepção geral de que o mercado consumidor brasileiro praticamente não conhece IG. Atualmente IG é um mote para reunir os produtores e construir uma identidade territorial, foco no aprendizado e na melhoria da produção.

Na visão da OMPI/WIPO o consumidor ainda não entende o que é uma IG, apesar de desejar saber a “história” dos produtos que consome. Definitivamente, o elemento de comercialização, *branding* e experiência estão entre as novas tendências de marketing. O controle eficaz da IG tem que ser assegurado, mas é necessário e importante dar mais ao consumidor para além da informação técnica. Uma nova tendência é que as IG estão a ser consideradas como uma ferramenta para o desenvolvimento rural sustentável. As novas tecnologias também devem ser utilizadas para mostrar ao consumidor o que estão a comprar, de onde vem o produto, de que forma é produzido e, ainda, demonstrar o porquê de eventualmente pagarem um preço mais elevado, destacando o diferencial de se tratar de um produto mais sustentável.

Para a Federação Café do Cerrado Mineiro, felizmente já existe a percepção de reconhecimento de valor dos controles e da identidade geográfica. Por exemplo, neste momento cada vez mais produtores torram o seu café, mesmo que sendo micro-lotes e já despertaram a consciência de que têm de ter marca da região para colocar neste café, para além das embalagens. Até mesmo quando fazem materiais de publicidade pedem licença para colocar a marca.

No mercado, tem crescido o interesse pelo uso do selo de IG, por cafetarias e micro-torrefações e o *case* de sucesso é a Lucca Cafés Especiais, em Curitiba. Eles começaram a educar o consumidor, apresentam ao cliente a embalagem do café que vão beber e como podem rastrear e aceder à informação de todo o processo de produção. Ou seja, está a existir educação do consumidor. O processo da IG está muito relacionado com a educação constante para o consumo, para fixar essas mensagens na cabeça das pessoas. Pessoal da Lucca Cafés Especiais, realizou uma auditoria no varejo de São Paulo (auditoria de 3a. Parte), visitou lojas e supermercados, levantou vários casos de uso indevido. Com base nesses resultados, fizeram contato com os envolvidos e os notificaram para adequar o uso. Realizaram ainda um mapeamento no mercado internacional, que deu uma visão bastante interessante de como o Cerrado Mineiro já é comunicado. Mas o contexto é mais complexo, com uma multiplicidade de controles, medidas e enquadramentos: em função dos controles nos EUA, a marca é registrada como marca certificada; na Europa existe o acordo com a União Europeia, mas mesmo assim estão registrados como marca coletiva; para alguns países da Ásia também já estão registrados como marca certificada.

No que se refere à promoção, esta funciona muito via eventos, com uma agenda anual de eventos internacionais, com exposições e feiras. Credenciam canais de exportadores e preparam-nos para fazer a comercialização do café com a Denominação de Origem. A Federação tem 6 exportadores credenciados que atuam no mercado internacional, aos quais fornecem materiais para que possam levar a mensagem. Avaliam também que seria mais eficiente chegar no importador, estão a tentar chegar até eles. Já fizeram alguns *road shows* para torrefadores, nos EUA, e este ano tem agendados outros na Europa.

Contudo, a Federação do Café do Cerrado Mineiro não tem estudos realizados cientificamente. Consideram que para o produtor o custo é insignificante, porque no caso do Cerrado Mineiro, ele paga a 50-600 R\$/ano para participar. O custo varia com o tamanho da propriedade (são 4 categorias), para certificar o café a Federação não cobra ao produtor, porque a cooperativa já paga uma taxa por o produtor já estar associado à cooperativa (essa taxa é estabelecida de acordo com o volume de movimentação da cooperativa), também não cobra o serviço de rastreabilidade, o certificado de origem, o laudo de qualidade, ou seja, o sistema como está hoje não tem custo para o produtor, que é vinculado a uma cooperativa e credenciado na federação. A Federação consegue neste modelo de negócio viabilizar uma ferramenta para os produtores gerarem diferencial no mercado, sem nenhum custo direto envolvido na selagem do café. Consideram que com esse custo de 50-600 R\$/ano, quem não está preparado para entrar nesse negócio não está preparado para trabalhar com DO.

A Associação de Cacau Sul da Bahia, no início de 2021, lançou um chocolate "coletivo". Neste chocolate trabalham todos os conceitos técnicos em parceria com o Centro de Inovação do Cacau, o que inclui considerar todos os procedimentos de análise da IG, a análise sensorial além de especificações de fabricação do chocolate para obter a melhor qualidade possível. Na embalagem incluíram o processo de rastreabilidade, através de QR Code (o que está na saca do cacau é o mesmo que está na embalagem do chocolate, de maneira que assim sabe-se o lote, o produtor, tipo de cacau etc.). Ainda na embalagem há uma ação de valorização do Mico-Leão da Cara Dourada, que é o símbolo da IG. Esta ação é, em parceria com um projeto de conservação dessa espécie, o Projeto Bio Brasil: 5% do valor da receita com a venda do chocolate vai para o projeto que divulga o chocolate nas suas ações. Após 1 ano, já existem várias outras marcas fazendo esse apelo à questão ambiental, usando diversos animais nas caixas, além de algumas marcas já trabalhando a questão da rastreabilidade do seu chocolate. Depois do lançamento deste chocolate já se percebe também uma tendência para trabalhar as embalagens nas questões ambientais.

Convém destacar que o produtor já sabe que ao ter o símbolo da IG vai vender sempre com um valor superior. Por outro lado, há já a percepção de que a questão da rastreabilidade vem assegurar e promover a confiabilidade ao comprador.

De acordo com a Associação de Cacau do Sul da Bahia, ainda não existe comprovadamente um estudo sobre a percepção do valor da IG. Há, contudo, o entendimento de que para se poder fazer a avaliação da percepção do valor, a primeira coisa a fazer seria saber dos produtores o retorno financeiro que têm tido. O que é sabido é que de fato há retorno financeiro para os produtores com IG, porque todos os lotes de cacau com IG são vendidos a um valor superior.

Para além da questão dos custos de cada produtor, que teria que ser levantada e estudada, conviria também fazer uma pesquisa com os produtores sobre o impacto externo da IG e, também, com os compradores, neste caso pelo menos uma pesquisa qualitativa. Por exemplo, hoje existem empresas que só compram Cacau IG, o que é uma mudança de comportamento assinalável, tanto do comprador como do vendedor. Note-se que estas empresas antes trabalhavam com massa de cacau da grande indústria, o que significa que estas mudanças constituem-se em uma cadeia socioeconómica de impacto de grande alcance. Por outro lado se, do lado dos produtores, está-se falando em milhares de toneladas, já do lado do consumidor, é difícil quantificar os impactos mas, entretanto, hoje é possível rastrear a barra do chocolate até ele, conseguindo-se assim perceber o alcance destas mudanças.

O SINDICER verificou que a partir do momento em que colocaram os selos de procedência, os consumidores começaram a questionar o que eram, e nas lojas começaram a verificar que os clientes começaram a optar por levar os produtos com a marca para ter a certeza que eram de Porto Ferreira. Os produtores na sua maioria já perceberam que ao utilizar a marca começam a ter mais vendas. Foi desenvolvido um manual de identidade visual para utilizar quer nos materiais, quer nas lojas, quer em materiais de divulgação etc. A valorização e aumento do valor agregado do produto começa a ser visível.

O SINDICER ainda não tem informações referentes ao custo-benefício da IG na expansão de negócio. Não tem ainda recolha de informação nem definido como a vão fazer, está na pauta da discussão do Conselho Regulador para o segundo semestre de 2022.

A Maçã de Alcobaça considera que o consumidor hoje em dia está cada vez mais atento e exigente, por isso a associação procura comunicar que o produto é controlado e que por ser controlado tem assegurada a qualidade alimentar. O consumidor já reconhece a marca, resultado muito do grande investimento ao longo do tempo, mesmo em alturas que quase não conseguiam entrar nos supermercados.

O produtor está muito sensibilizado para que o trabalho que faz no campo tem que ser um trabalho *premium*, tanto quanto às formas de produção quanto aos produtos que utiliza, porque se não o fizer, não terá a fruta com a qualidade suficiente para ser competitiva e vendê-la por um melhor preço e valor agregado.

A Maçã de Alcobaça nem sempre consegue ter análises custo-benefício, devido à falta de técnicos da associação, mas tem a noção dos custos-benefícios, porque os associados vão fazendo essas análises. Percebem perfeitamente que nos últimos anos as Maçãs de Alcobaça IG foram vendidas a um valor um pouco superior ao das restantes maçãs sem IG existentes no mercado. Os produtores reconhecem que tem um benefício, mais ainda porque nos últimos anos os custos de produção aumentaram e que se não fosse a IG já estavam com muitos problemas para vender a sua fruta.

5.3.8 Futuro

No caso da Colômbia, o principal objetivo é tornar a cafeicultura colombiana 100% sustentável em 2027, quando a FNC completa 100 anos. Mais sustentável, mais produtiva e com maior qualidade. Também atuam fortemente no desenvolvimento de tecnologias, foco do trabalho de pesquisa que faz há anos. Destaque para a tecnologia do uso eficiente da água e manejo adequado dos resíduos decorrentes da lavagem do café. Uma tecnologia é patenteada: trata-se de lavadores especiais que utilizam muito menos água no processo de transformação; e outra é um modelo de manejo adequado. A lavagem do café tem o maior impacto no meio ambiente no beneficiamento do café, pois é altamente contaminante do solo e vertentes hídricas. Também estão desenvolvendo várias tecnologias para melhorar a qualidade do café, incluindo variedades vegetais protegidas, mais resistentes a enfermidades, para aumentar a produtividade, além de tecnologias que permitem selecionar os grãos de forma adequada, para eliminar grãos com defeitos. Também estão estudando tecnologias relacionadas à fermentação e a questões organolépticas, que por sua vez estão relacionadas à qualidade do produto. É um trabalho contínuo, feito pela FNC e em parceria com terceiros.

Em parceria com o Brasil, a FNC da Colômbia desenvolveu máquinas que ajudam a colher somente os grãos maduros e, com a ajuda de lonas, fazem automaticamente o recolhimento do produto. Já no âmbito da Cafecert, para o futuro esperam ampliar o alcance da certificação.

Transformação digital é um projeto prioritário, com vistas a ampliar o acesso e a cobertura de internet no campo. Para isso, a FNC está firmando convênios com o Ministério das Telecomunicações da Colômbia e com empresas privadas provedoras de internet, para permitir e facilitar o acesso dos produtores.

No caso do IMPI, no México, o plano para um futuro próximo está focado no desenvolvimento de sistemas digitais abertos para DO e IG, como já há para o sistema de marcas. A ideia é ter essa base de dados em um sistema integrado (Ex. vinculado com marcas), para facilitar análises.

A SIC da Colômbia espera que no futuro as associações estejam mais fortes para fazer a gestão das DO e assim obter melhores resultados. Buscam a sustentabilidade dessas organizações de modo que elas possam reduzir as desigualdades e gerar benefícios para as comunidades, reduzir as lacunas e divisões existentes nos territórios.

Outra expectativa de futuro é que os consumidores colombianos e os produtores tenham um conhecimento mais amplo a respeito do selo e do sistema de DO como um todo. Esperam alcançar isso através do fortalecimento do processo de divulgação e da ampliação dos espaços de comercialização de produtos com DO. A SIC quer ainda disseminar conhecimento para fomentar a criação e consolidação

de marcas e da propriedade intelectual dos produtos, assim como promover as DO junto às demais instituições governamentais para facilitar a articulação de ações.

Recentemente elaboraram um novo plano de fortalecimento e desenvolvimento de DO agroalimentares. Também foi publicada neste ano uma Política de Propriedade Intelectual da qual irão desdobrar ações específicas. Também articularam duas novas frentes de ação, uma para o setor artesanal, com Artesanias de Colômbia, e outra com o Ministério de Agricultura, para fortalecer o uso de DO nas ações de promoção. Também possuem parceria com o Ministério de Comércio para promover a difusão e comercialização de produtos com DO.

No Brasil, a COOFAMEL está trabalhando para reformular o Caderno de Especificações, com o objetivo de o simplificar e torná-lo digital para torná-lo mais acessível. Também querem promover melhor o site, e divulgar via redes sociais, inclusive estabelecer parcerias com blogueiros falando da IG. A COOFAMEL quer ainda investir em rastreabilidade com Código QR, inclusive para que utilizar também informações sobre o produtor. Também esperam intensificar os trabalhos em campo, com foco na melhoria da produção. Já iniciaram o uso de QR Code em algumas embalagens e estão buscando recursos para desenvolver e aprimorar esse trabalho.

No caso da Associação dos Produtores do Queijo Canastra – APROCAN, uma oportunidade identificada diz respeito à inserção do selo da IG e informações relacionadas também na embalagem do produto (plástica e de papel), já que atualmente contém apenas o selo de caseína no produto, que nem sempre comunica claramente com o consumidor. Outro objetivo é melhorar o processo de controle para que os próprios produtores possam semanalmente alimentar o sistema digital da Associação com os dados da produção. Também há interesse em usar Códigos QR, mas há receio de que facilite a falsificação, ainda estão estudando alternativas. A Comissão Europeia considera que saber como chegar ao público é um desafio constante, em especial com o tipo de bases de dados que desenvolvem neste momento. Um dos objetivos para o futuro é conseguir alcançar mais público e aumentar a visibilidade das IG na Europa e no mundo. Uma das ideias é efetivamente a utilização de um QR code junto às marcas europeias, as PDO e PGI, o que aumentaria a visibilidade do que fazem e das IG para o público em geral.

Para aprimorar a base de dados, pretendem recorrer à utilização de *tag names* e outros métodos para refinar os dados, a sua “granulometria” dentro das categorias de produtos, para potencializar o seu uso.

Por outro lado, a OriGIn gostaria de criar uma plataforma descentralizada onde entidades registradas/autorizadas, tais como grupos de IG e escritórios de Propriedade Intelectual (IP offices), pudessem-na alimentar com informação relativa a IG.

Já a OMPI/WIPO, como a base de dados *Lisbon Express* é limitada ao que está registrado, está a tentar aprimorar a base de dados com ferramentas estatísticas mais detalhadas. Estão a automatizar a gestão do registro, portanto como resultado dessa automatização podem, no futuro, desenvolver mais informações analíticas.

O INAO, gestora nacional da França, considera que daqui a 10 anos um dos maiores desafios será trabalhar de forma próxima com as grandes empresas de vendas *online* porque estas têm os alertas e infrações mais complicadas de resolver. É necessário mais trabalho antes da ação legal contra os infratores, assim como são necessárias mais ferramentas que auxiliem neste processo. Estão em conversações com muitas destas companhias, mas está a ser um processo complicado.

O ideal seria existir um sistema de filtro automático nestas multinacionais. A título de exemplo, transferir todos os nomes de IG para estas grandes plataformas online onde, posteriormente, seria possível filtrar e avaliar se o produto é contrafeito ou não. Outra possibilidade é utilizar tecnologias como *big data* para fazer o *scan* dos produtos IG e das ofertas *online*. Ressalvam o facto de, em termos

legais, existir um desequilíbrio claro entre a proteção dos produtos IG e a proteção destas grandes companhias com muito poder económico e que acabam por, geralmente, ser favorecidas. Na ótica do entrevistado do INPI, daqui a 10 anos espera que seja possível receber em casa mais produtos com IG, pois considera que atualmente o consumidor ainda tem dificuldade em encontrar e comprar produtos com indicação geográfica. Tem que haver uma relação maior com os consumidores. Espera que os processos sejam mais robustos e que seja mínimo o tempo do INPI a dar resposta a quem pede os serviços. Espera um aumento dos pedidos bem estruturados e ao mesmo tempo saber que consegue ter em casa estes produtos, sabendo que vão custar um pouco mais caros do que os que não têm esse reconhecimento, mas que consegue ter informações fidedignas sobre os produtos, para além da marca e da indicação geográfica. Acredita que nesse período seja possível passar a ter acesso à informação sobre o produto e que deixe vontade, de como consumidor, querer ir aquela região.

Na parte dos métodos de controle, acredita que em 10 anos seja possível chegar num nível em que os produtores consigam estar numa zona de maior conforto. Considera que nos próximos anos o INPI vai comparar pedidos, por exemplo, de alteração com controles bastante diferentes, reflexo da unidade temporal em que deram entrada, com diferentes visões de controle, com mecanismos mais claros, com questões objetivas para a avaliação. Seria bom que os controles viessem a ser adaptados às diferentes cadeias produtivas (por exemplo, adequado a uma artesã ou para a produção de café). Admite que convirá ver o entendimento e conhecimento das cadeias produtivas para ver até onde podem chegar. Um produto artesanal tem que seguir padrões e técnicas e tem um saber embutido tal como tem a produção de café.

A Qualifica/OriGIn Portugal, vê as IG como movimento crescente, mencionando inclusive o que aconteceu no Brasil nos últimos anos. Por outro lado, África e Ásia estão também a acordar para estas coisas. Na Europa também recentemente a Comissão Europeia apresentou uma proposta para proteger os produtos não alimentares e só aí já vai ser um salto brutal.

As IG têm uma enorme capacidade de crescimento, mas também vê que se as pessoas não pensarem maduramente e não souberem trabalhar como deve ser, também cresce a chance de equívocos exponencialmente. Quando algumas entidades começarem a perceber que isto das IG é bom, lucrativo e é um instrumento eficaz, vão começar a querer utilizar este instrumento para coisas vulgares que não têm interesse nenhum, nem para as próprias regiões. Tem que haver bom senso, equilíbrio, e análise administrativa, seja nacional seja ao nível europeu, para avaliar-se e, quando for o caso, indicar clara e taxativamente que determinada proposta de produto não cumpre os requisitos para ser uma IG.

Estes *boom* também levam a que sejam registrados nomes que não tem qualquer ligação a um território. Às vezes o tempo corrige esse tipo de erros, mas há o receio de que, se não for usado bom senso e não forem técnicos formados a acompanhar estas situações, o conceito se acabe por perder e se torne banal, equiparado a qualquer marca.

No caso das IG's de Café, em particular, das entrevistas realizadas com o Café do Caparaó, Café da Alta Mogiana, com a Expocaccer e com o produtor Marcelo Lima (cerrado mineiro) destaca-se que as questões ambientais e sociais devem ser foco de atenção na exportação dos produtos. Em particular para a questão do carbono zero na produção de café. Sobre isso já existem estudos e iniciativas piloto em curso para monitoramento e reporte desta questão.

5.3.9 Estratégias

Para que o Café da Colômbia pudesse usar o selo de IGP da UE, a FNC encaminhou um processo para solicitar o reconhecimento e a proteção da denominação Café de Colômbia junto à UE. Tratados bilaterais permitem que o Estado Colombiano solicite à UE que se proteja e se reconheça outros

produtos que em Colômbia estejam protegidos com DO e IG. Os produtos passam a ter o mesmo nível de proteção no mercado europeu. O café foi o primeiro produto agroalimentar estrangeiro que teve o reconhecimento de IGP na UE.

Outra estratégia utilizada no caso do café colombiano foi a destinação de recursos subsidiados no período inicial de “arranque” da Cafecert. Atualmente os recursos provêm exclusivamente das avaliações realizadas.

No caso do artesanato, vale mencionar que o trabalho desenvolvido pela Artesanías de Colômbia tem como principal objetivo salvaguardar o patrimônio cultural do país, e envolve uma forte estratégia comercial, que abrange tanto a melhoria da qualidade do produto quanto a organização social dos artesãos. Websites não funcionam da maneira ideal no caso do artesanato, as pessoas querem sentir e provar. Assim, desenvolvem inúmeras estratégias de promoção do artesanato com DO em parceria com marcas reconhecidas no mercado, personalidades ilustres, forte link com o turismo, e realizam mais de 50 feiras em diferentes regiões da Colômbia para promover e comercializar os produtos.

A Qualifica/OriGIIn Portugal, não considera que exista muita necessidade de mudanças ao nível dos procedimentos de pedido de registro de uma IG. Por outro lado, destaca que um caderno de especificações é completamente imprescindível, o que está definido na legislação na Europa sobre o que tem que constar no caderno de especificações não precisa de mudanças radicais, mas é sempre uma questão de pessoas e da sua competência. Se um leigo pretender fazer uso de um documento destes, que é um documento bastante técnico e que contém determinados aspectos ou mesmo requisitos de caráter sociológico, cultural, ambiental, de outros aspectos da sustentabilidade de uma região pode não compreender adequadamente o seu conteúdo o que vai dar origem a más práticas em alguns países. Muitas vezes é a capacidade da administração de cada Estado-Membro que está em jogo, na Europa é sabido que algumas administrações têm mais dificuldades em contar com quadros competentes e que o entendimento político sobre isto é muito diferente.

O Café do Cerrado, em 2021 realizou uma atualização do caderno de especificações junto ao INPI. Anteriormente, o INPI não permitia alterações, mas foi muito positivo terem revisto esta situação, porque a denominação de origem é um processo vivo, as normas definidas há 10 anos atrás podem não fazer sentido na atualidade. As alterações estavam relacionadas com a qualidade, e mudou-se a certificação do café de 0,75 pontos para 0,85 pontos.

No que se refere aos produtores, o registro é realizado de forma digital, por meio do programa “Integra Cerrado” em que as informações podem ser coletadas no campo, num *tablet* ou num computador, de maneira *offline*, e posteriormente os dados são integrados diretamente na base de dados da Federação.

A atualização é feita junto do produtor e das cooperativas, há um departamento de denominação de origem, com duas pessoas que cuidam da base de dados do cadastro.

Em termos de divulgação, o próprio sistema de rastreabilidade, com recurso ao QR Code, permite conhecer o produtor, a sua história e todo o processo da produção. O QR Code está em funcionamento desde 2012. Em 2022 completam 1 milhão de sacas que passaram por este sistema, 13 *hubs* de armazéns que podem credenciar o café, 1000 produtores, 7 cooperativas, 7 exportadores, mais de 70 compradores no mundo inteiro.

Em relação à Associação Cacau Sul da Bahia, fizeram apenas uma alteração no caderno de especificação, via conselho regulador, em que se incluiu um anexo para o controle da qualidade dos lotes, e detalhes das especificações do cacau, abordando características como umidade, fermentação, impurezas etc. A restante informação do caderno manteve-se. Prevêem fazer em breve uma nova atualização referente às especificações técnicas de controle, já que com o decorrer do tempo vão se observando falhas em

relação ao mercado e por isso identificou-se a necessidade de fazer alterações aos critérios de fermentação e acidez.

Quanto ao registro dos produtores, existe um cadastro digital (em Excel), que lançam no sistema. As pessoas jurídicas, que são sócias, têm que enviar todas as informações (CNPJ), estatutos, documentos dos representantes, número de associados, declarações da localização etc.). Neste momento têm 14 cooperativas associadas, 6 associações de produtores, mais de 4000 produtores.

O SINDICER tem um banco de dados com todos os cadastros de fabricantes. Para obter a certificação, não é necessário ser associado ao sindicato. Os selos de procedência são emitidos pelo SINDICER, que assegura a rastreabilidade e a proteção e controla os números que são emitidos e as fábricas certificadas.

Neste momento, 2022, 33 fábricas estão certificadas e há cerca de 40 que tem potencial para obter a certificação, são registradas e tem toda a documentação.

A Maçã de Alcobaça, em termos de registro de produtores, faz o levantamento junto dos associados, compila e controla os dados, quer de informação dos sócios, quer das produções. No site, somente estão disponíveis as informações gerais dos associados e não dos produtores. Esta última informação fica apenas para gestão interna.

Em se tratando de estratégia é importante ressaltar ainda a importância de considerar não apenas as IG, mas também as marcas coletivas, a exemplo da Colômbia e do que trouxeram lideranças do Brasil. Afinal, quando não há uma organização adequada dos produtores, mas há potencial de determinado produto, apesar do mercado ainda não reconhecer os diferenciais, o ideal é criar uma marca coletiva. Trata-se do caminho inicial para chegar na indicação geográfica.

Inicialmente é preciso mobilizar os produtores, organizar a produção e o controle. O principal desafio é a gestão associativa. Criar associação é fácil, mas na maioria dos casos os produtores não têm experiência com associativismo. Nesse sentido, a marca coletiva pode fortalecer o setor, já que demanda controles mais simples e envolve menos exigências que uma IG. No caso de criação de uma IG, se o processo for rápido, leva 1 ano ou 1 ano e meio junto ao INPI, ou seja, o processo é demorado. O produtor não tem paciência e sempre quer saber o que ele vai ganhar em cima daquilo. Marca coletiva é imediato.

No Brasil, padronizar um software para controle e rastreabilidade de produtos com IG, facilitaria demonstrar a unidade do país, tornando mais fácil para o consumidor entender esse mecanismo. Idealmente, o software poderia incluir, além de mais dados sobre o processo de produção, informações sobre a família que produz, *terroir* (envolve condições climáticas e culturais), pois são dados muito ricos para o consumidor. E para quem produz, representa um valor agregado, não financeiro, mas reconhecimento. Padronizar as embalagens para assegurar a qualidade do produto, como no caso do café, é outro ponto de atenção.

Destaca-se que a tecnologia digital deve contribuir para criar base de dados dos produtores, portanto, oferecer uma plataforma mais ampla, com foco também na gestão associativa, o que pode facilitar a operacionalidade e aplicação de mecanismos de controle por parte das IG. Idealmente a ferramenta digital de apoio a essas iniciativas deveria contemplar um “sistema digital de organização de produtores”, não apenas um “sistema de IG” com o objetivo de propiciar a gestão de marcas coletivas, IG e outras ferramentas similares. Focar em trazer os produtores para dentro, visto que no país a organização social é um limitante, e depois elevar o nível até chegar na IG. IG deve ser um dos módulos do sistema.

A plataforma poderia, além de cadastrar os produtores, facilitar a gestão estratégica da associação. Pode incluir dados da família (quantos filhos, o que fazem, se tem energia elétrica, acesso à internet, grau de instrução), e no caso do café, indicar se o produtor tem secador, se tem lavador, faz mecanização etc.. A partir dos dados do sistema tornar-se-ia possível entender o perfil do produtor e a partir disso criar e ofertar produtos adequados à sua necessidade, por exemplo: linhas de crédito, desenvolvimento e uso de tecnologias, treinamentos.

Um dos focos da plataforma deve ser gerar conhecimento, depois efetuar controle, embora isso já deva estar planejado e integrado ao sistema, para facilitar a gestão (financeira, de projetos, da IG), estabelecendo as funcionalidades da plataforma.

Plataforma deve ser extremamente flexível e prática, para ir agregando módulos de acordo com os controles desejados. Por exemplo, além dos módulos citados anteriormente (gestão ambiental, social, boas práticas de produção etc.), outros módulos podem estar focados na “régua” da qualidade, com o laudo das características físico-químicas do produto, e na própria gestão da IG, por exemplo.

Outro aspecto que merece atenção diz respeito à necessidade de se criar incentivos para estimular o uso da plataforma por parte do produtor. As outras partes da cadeia produtiva devem fomentar isso para que o produtor se engaje. Os benefícios devem ir além do acesso a mercado, considerar diferencial de preço, melhoria na gestão da propriedade (fluxo de caixa, aplicação de defensivo), sem custos.

O sistema pode ter módulos para diferentes estágios do negócio, sistema mais simples até mais complexos.

Idealmente o sistema digital precisa contar ainda com mecanismos para acompanhar a gestão da distribuição e uso do selo. Vale lembrar que no caso de *commodities*, matérias primas ou produtos intermediários, o selo nem sempre vai chegar ao nível de consumidor, pois a indústria pode comprar o produto com IG, mas não necessariamente vai usar isso frente ao consumidor. O sistema não pode engessar, deve ser possível contemplar o desejo e as expectativas do cliente.

A implementação de uma ferramenta como essa requer serviços de extensão e qualificação, via associação, cooperativa, SENAR, EMATER, para, para além de fazer a parte técnica, apoiar a digitalização no campo. Conseqüentemente se torna possível, imperativo até, envolver os jovens, filhos dos produtores nesse processo.

Para auxiliar, poderiam ser treinados multiplicadores junto às entidades para fomentar o uso da ferramenta. O Brasil tem muito potencial para tornar isso uma realidade, em especial se se juntar as partes, ou seja, somar esforços de diferentes organizações do país para fazer isso funcionar.

Outro ponto fundamental é que, além de criarem a IG, as entidades façam o registro da marca. Também é necessário que as entidades gestoras das IG elaborem um planejamento estratégico para orientar os próximos passos e facilitar a busca de parceiros, de modo que saibam aonde querem chegar. No que se refere ao contato direto com as gestoras de outros países, no caso do Brasil, o INPI tem contato principalmente através de pedidos que as gestoras de outros países fazem, como por exemplo da tequila com o México. Ou seja, os contatos são principalmente decorrentes de processo administrativos e não de atividades deliberadas de cooperação.

No que se refere à disponibilização da informação sobre as IG, o INPI no Brasil, disponibiliza no seu portal os Cadernos de Especificação Técnica para cada IG, mas esta informação não está compilada numa base de dados. Também as fichas técnicas das IG são um resumo de várias informações do processo, de duas a 4 laudas no máximo, mais uma vez de forma individualizada. Há uma base de dados que deu origem ao Catálogo Brasileiro de Indicação Geográfica, desenvolvido numa parceria do

SEBRAE e o INPI, e na qual foi digitalizada toda a informação disponível na ocasião. Através do serviço DataSEBRAE é possível ter acesso à informação sobre cada uma das IG concedidas⁹⁴. Resultado de um acordo de cooperação do INPI com ao SEBRAE, é disponibilizada toda a informação do processo de registro da IG no INPI ao SEBRAE.

5.3.10 Governança

Acordos celebrados pelos países (México e Colômbia) asseguram a proteção recíproca de produtos e DO frente a outros países.

No caso da Colômbia, há grande interface na gestão dessa agenda, principalmente com outros países de comunidade andina, com quem discutem vários aspectos relacionados a DO e IG, já que possuem uma norma comum de propriedade intelectual (1086, de 2000). Muitos aspectos de regulação interna são discutidos frequentemente, inclusive para troca de experiências. No âmbito do acordo com a UE têm um comitê anual para acompanhamento do acordo comercial, e há um grupo de trabalho específico para tratar do tema propriedade intelectual. No caso da OriGIn, participam de algumas reuniões como observadores, e envolvem as organizações gestoras de DO em algumas dessas regiões, sobretudo a FNC.

No caso do México é o CRT que participa da OriGIn. O IMPI também é convidado para esse fórum, mas não sinalizou envolvimento. Atualmente, o país já possui compromisso de nível internacional, como T-MEC, para ampliar o acesso a informações, obrigação de dar transparência no que tange às DO e IG. Como as informações manejadas pelo Instituto são públicas e podem ser solicitadas diretamente ao órgão, com exceção de questões relacionadas a patentes ou outras com caráter sigiloso, precisam tornar essas bases de dados acessíveis, por isso o desenvolvimento de um sistema em meio digital é prioridade.

No que tange à governança das DO no Brasil, nota-se que ainda há um trabalho a ser feito internamente pelas organizações para que mais produtores reconheçam o valor e se adequem para utilizar o selo de IG. Por exemplo, a APROCAN possui 70 produtores associados e 40 estão autorizados a usar o selo da IG, enquanto a COOFAMEL tem 205 sócios, sendo que apenas 40 estão autorizados a usar o selo.

No Brasil, do ponto de vista do INPI, a informação é muito recente sobre o acompanhamento após o registro. Na visão do INPI o acompanhamento após o registro começa a se dar num recorte temporal recente, de 2019 até agora, e que inclui uns 6 pedidos de alteração de registro. Destes, quase todos contemplam a atualização dos cadernos de especificações técnicas. Antes disso não havia nenhuma definição de como iriam acompanhar. De fato, o INPI, no fluxo de toda a estruturação de um pedido da IG, parava na concepção do registro. Hoje em dia, o processo é dinâmico e agrega variáveis como por exemplo o controle, porque uma coisa é estruturar uma IG e quando esta começa a operar, o documento pede os meios de controle previsto no caderno de especificações técnicas é implementado. Uma vez a IG na rua, os produtores vão se deparar com problemas que não haviam sido previstos. Depois de 24 meses da concepção e implementação, essa experiência de campo pode fundamentar solicitações de alterar algumas questões, como, por exemplo, ampliação de área, o caderno de especificações técnicas e, talvez em algumas situações, a própria natureza da IG, como mudar-se de uma denominação de origem, que requer estratégias de controle muito mais eficazes e efetivas, para uma indicação de procedência.

A visão ainda é do ponto de vista do exame destes pedidos de alteração. A primeira alteração foi de um coletivo de produtores em Minas Gerais de uma área de café, o pedido deles era indicação de

⁹⁴ Disponível em <https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/> (acesso em 19.07.2022)

procedência da região da Serra Mantiqueira de Minas e mudaram para a Mantiqueira de Minas, inclusive para a denominação de origem, havia algumas melhorias em relação aos controles.

6 Conclusões

6.1 Principais dores e desafios

De acordo com o conjunto de informações coletadas e analisadas neste estudo, pode-se afirmar que as dores e desafios relatados pelas organizações entrevistadas são bastante comuns. De fato, um dos principais aspectos claramente identificados é que o controle da IG gera agregação de valor ao produto e que as tecnologias digitais fortalecem os sistemas de controle, além de amplificarem a comunicação sobre as indicações geográficas.

Dentre os desafios comuns tem-se: a digitalização da informação (criação e organização de banco de dados) e dos processos de registro e controle, dificuldades de promoção e percepção da importância e benefícios da IG, escassez de recursos para os processos de IG (controle, promoção, estrutura de gestão), mecanismos de valorização dos produtos com IG e a disponibilidade adequada de infraestrutura (gargalos de infraestrutura, particularmente conexão à Internet).

Ainda quanto aos sistemas de controle das IG é fundamental estabelecer e organizar a base de dados, perseguir formas de fortalecer a rastreabilidade, usar mecanismos de avaliação da Conformidade adequados e implementar processo de acompanhamento de mercado para avaliar as condições de comercialização dos produtos.

É importante destacar que as necessidades dos produtores e das Entidades Representativas de IG no uso de tecnologias de controle podem ser diferentes, mas certamente são complementares e precisam estar de alguma forma alinhadas, facilitando seu uso e agregando valor para todos.

Além disto, para se avançar no uso das tecnologias digitais, é preciso investimentos na qualidade de acesso à internet e transformação digital dos produtores.

6.2 Maturidade dos processos de IG

O grau de maturidade dos processos de gestão e controle da IG's, incluindo o uso da tecnologia são questões centrais que impactam os próprios avanços do uso da IG como ferramenta de promoção e proteção de produtos, territórios e culturas.

Por exemplo, no que diz respeito ao uso da avaliação da conformidade, existem diferenças significativas entre as organizações estrangeiras e nacionais entrevistadas. De fato, no Brasil o uso de avaliação da conformidade além de ser mais restrito, quando utilizado, não se observam elementos que trazem credibilidade e confiança para todo o processo de IG como o uso de normas técnicas nacionais e internacionais, uso de organismos de certificação, uso de processos de acreditação de organismos de certificação, inspeção e de laboratórios, por exemplo.

Outro ponto que pode contribuir com o amadurecimento é o fortalecimento das organizações coletivas (Associações, Cooperativas etc.) para que consigam desempenhar suas funções, sejam as internas de controle da IG, sejam as externas de relacionamento com o mercado.

6.3 Futuro dos processos de IG

Do ponto de vista do mercado fica bastante evidente que, em qualquer estratégia que venha a ser desenvolvida, existe a necessidade de promover a IG para todos os atores da cadeia (consumidores, comerciantes, distribuidores e produtores), incluindo ações contínuas de educação para o consumo.

Ainda, em termos de futuro, vale pena destacar que as tendências sobre consumo no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável deverão de alguma forma serem incorporadas nos processos de IG para que haja simultaneamente atendimento às expectativas de mercado e agregação de valor na experiência do consumidor. Como por exemplo: a questão de carbono zero na produção de cafés para exportação.

7 Glossário

7.1 avaliação da conformidade

demonstração de que os requisitos especificados são atendidos.

[ABNT NBR ISO/IEC 17000]

7.2 certificação

atestação de terceira parte relacionada a um objeto de avaliação de conformidade, exceto a acreditação.

[ABNT NBR ISO/IEC 17000, adaptada]

7.3 acreditação

atestação de terceira parte relativa a um organismo de avaliação da conformidade demonstrando formalmente sua competência para realizar atividades específicas de avaliação da conformidade.

[ABNT NBR ISO/IEC 17000, adaptado]

7.4 indicações geográficas

designação que identifica um produto ou serviço como originário de uma área geográfica delimitada, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica são essencialmente atribuídas, a essa origem geográfica

[ABNT NBR 16479]

7.5 denominação de origem

nome geográfico que designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e fatores humanos.

NOTA Denominação de origem é uma modalidade de indicação geográfica.

[ABNT NBR 16479]

7.6 indicação de procedência

nome geográfico que se tenha tornado conhecido, como centro de extração, produção ou elaboração de determinado produto ou de prestação de determinado serviço

NOTA Indicação de procedência é uma modalidade de indicação geográfica.

[ABNT NBR 16479]

8 Siglas

ACISA - Associação Comercial e Empresarial de Santa Helena

APMA - Associação de Produtores de Maçã de Alcobaça

APROCAN - Associação dos Produtores do Queijo Canastra

AO - Agricultura Orgânica

ASAE - Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

CE - Comunidade Europeia

CEPLAC - Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira

Centafé - Centro Nacional de Pesquisas Cafeeiras

CerFundão – Embalamento e Comercialização de Cerejas da Cova da Beira, Lda

CODIMACO – Certificação e Qualidade

Coopfesba - Cooperativa da Agricultura Familiar e Economia solidária da Bacia do Rio Salgado e adjacências

COOFAMEL - Cooperativa Agrofamiliar Solidária

CRT - Conselho Regulador da Tequila

DG AGRI - Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

DG SANTE - Direção-geral da Saúde e Segurança dos Alimentos

DIP - Departamento de Propriedade Intelectual

DO - Denominação de Origem

DOP - Denominação de Origem Protegida

DOC - Denominação de Origem Controlada

DRAP - Direção Regional de Agricultura e Pescas

EMA - Entidade Mexicana de Acreditação

ETG - Especialidade Tradicional Garantida

EU - União Europeia

EUA - Estados Unidos

FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

FNC - Federação Nacional de Cafeicultores da Colômbia

ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade

IG - Indicação Geográfica / Indicações Geográficas

IGP - Indicação Geográfica Protegida

IMPI - Instituto Mexicano de Propriedade Intelectual

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP - Indicação de Procedência / Indicações de Procedência

LR - Label Rouge (Rótulo Vermelho)

MA - Ministério da Agricultura

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MC - Marca de Certificação

NOM - Norma Oficial Mexicana

ODG - Órgãos de Defesa e Gestão

OMA - Organização Mundial de Alfândegas

OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual

ONAC - Organismo Nacional de Acreditação da Colômbia

ONG - Organização não governamental

OriGIn - Organização para uma Rede Internacional de Indicações Geográficas

PI - Propriedade intelectual

Pnae - Programa Nacional de Alimentação Escolar

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IMA - Instituto Mineiro de Agropecuária

ISO – International Organization for Standardization

SBAC - Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade

SCAA - Associação Americana de Cafés Especiais

SIC - Superintendência da Indústria e Comércio

SIG - Sindicato Interprofessionnel du Gruyère

SINDICER - Sindicato das Indústrias de Produtos Cerâmicos de Louça, de Pó, de Pedra, Porcelana e da Louça de Barro de Porto Ferreira

UNIOESTE - Universidade do Oeste do Paraná

UNIPROFRUTAL - União dos Produtores Horto-frutícolas do Algarve