



Manual de Indicações Geográficas em África



Funded by the European Union



EUIPO

EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

Manual de Indicações Geográficas em África

Monique Bagal, Massimo Vittori e Luis Fernando Samper

Publicado pela primeira vez em março de 2022

Segunda edição abril 2023

Terceira edição outubro 2023

Índice

ACRÓNIMOS	6
Preâmbulo	7
Agradecimentos	8
Capítulo 1 – Compreender os fatores de sucesso das Indicações Geográficas	9
Secção 1 – Definições	9
Secção 2 – Considerações jurídicas e económicas.....	10
Secção 3 – Condições para o êxito das IG	12
Capítulo 2 – A situação atual das IG em África.....	15
Secção 1 – O panorama das IG nos países africanos.....	15
A. Partes interessadas com mandatos sobre IG a nível continental ..	15
B. Outras forças motrizes das IG em África	22
Secção 2 – Progressos substanciais nos fatores cruciais para o sucesso das IG	33
A. Modernização dos quadros jurídicos e institucionais	33
B. Identificação das IG.....	37
C. Primeiros esforços para a elaboração de especificações sólidas do produto	42
D. Registo das IG a nível nacional/regional e a sua aplicação.....	43
Secção 3 – Progresso limitado em domínios cruciais para o êxito das IG	53
A. Organizações de produtores.....	53
B. Mecanismos de controlo	56
Capítulo 3: O caminho a seguir	58
Secção 1: Compreender a ação coletiva como geradora de valor	58
A. A necessidade de uma estratégia para as organizações de IG	59
Principais Aprendizagens	62
Principais Aprendizagens	62
Principais Aprendizagens	64
B. Definição de Objetivos a Longo Prazo.....	65
Principais Aprendizagens	69
Secção 2: A governação como fator-chave de sucesso para as IG	69
A. A governação como catalisador da ação coletiva	70

B. Comunicação bidirecional	82
Secção 3: Conceber um controlo eficaz.....	84
A. Compreender a cadeia de valor.....	84
B. O Plano de Controlo	90
C. O papel do conhecimento do produto	97
D. Consequências e sanções	98
Conclusões e recomendações.....	99
RECOMENDAÇÃO 1	101
RECOMENDAÇÃO 2	101
RECOMENDAÇÃO 3.....	101
RECOMENDAÇÃO 4.....	102
RECOMENDAÇÃO 5.....	102

A entrada em vigor do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (TRIPS, 1995) e a consequente obrigação de adotar quadros nacionais de proteção das indicações geográficas nas jurisdições dos membros da Organização Mundial do Comércio (OMC) constitui uma oportunidade para o continente africano acrescentar valor e proteger os seus produtos únicos através da utilização de indicações geográficas (IG).

Embora a primeira IG africana tenha sido registada em 2010 no âmbito de um sistema sui generis (Argane, Marrocos), em 2021, foram registadas cerca de 200 indicações geográficas em todo o continente africano, incluindo Miel Blanc d'Oku (Camarões), Café Ziama-Macenta (Guiné), Cabrito de Tete (Moçambique) e Figue Tunisie de Djebba (Tunísia). Alguns produtos africanos reclamam agora mesmo a proteção dos seus nomes nos mercados internacionais (Rooibos (África do Sul), Poivre de Penja (Camarões)).

E estamos apenas a começar.

Graças à assistência técnica da Agência Francesa de Desenvolvimento, da União Europeia e de organizações que fazem parte do sistema das Nações Unidas (FAO, OMPI, UNIDO), os países africanos inspiraram-se nas melhores práticas anteriormente adotadas pelos pioneiros. Paralelamente, podem destacar-se as soluções africanas encontradas para os desafios colocados pelas IG, que merecem ser relatadas num manual dedicado às IG nos países africanos. Curiosamente, as duas organizações responsáveis pela gestão regional dos direitos de propriedade intelectual em África (OAPI e ARIPO) implementaram com êxito iniciativas no domínio das IG nos últimos anos e a sua experiência deve ser capitalizada.

Considerando o antigo uso de nomes geográficos em produtos agrícolas típicos, alimentos e artesanato de países africanos, devemos reconhecer o enorme progresso alcançado em apenas 20 anos em termos de proteção, promoção e comercialização desses sinais distintivos.

No entanto, a recente entrada em vigor da Zona de Comércio Livre Continental Africana (AfCFTA) e a adoção de uma estratégia continental em matéria de IG pela União Africana colocam a questão das IG com um nível de urgência equivalente ao de outras atividades da Agenda 2063 da União Africana. As IG figuram como uma das áreas prioritárias na fase atual (fase II) das negociações do Protocolo de Propriedade Intelectual da AfCFTA, tendo em conta o seu potencial para impulsionar o desenvolvimento africano, especialmente na agricultura. A necessidade de os Estados africanos coordenarem as suas iniciativas constitui uma grande preocupação e é por esta razão que o EUIPO decidiu dar o seu apoio a este processo no âmbito do seu ambicioso programa AfrIPI.

O manual sobre as IG em África constitui um bom ponto de partida para o debate e um instrumento igualmente importante para reter as lições aprendidas no continente e noutros locais e para encontrar respostas mais claras com vista a garantir que os Estados africanos beneficiem plenamente do sistema de IG.

É um longo caminho que percorremos. E neste caminho, um passo importante para uma melhor compreensão do conceito de IG, mais IG registadas e ainda mais sucesso comercial, está ao virar da esquina.

*Dr. Fernando dos Santos,
Diretor-Geral da ARIPO de 1 de janeiro de 2013 a 31 de dezembro de 2020*

ACRÓNIMOS

ACP	África, Caraíbas e Pacífico
AfCFTA	Zona de comércio livre continental africana
AfrIPI	Projeto de Inovação e Direitos de Propriedade Intelectual em África
AMIGHA	Associação Marroquina de Indicação Geográfica do Óleo de Argão
APE	Acordo de Parceria Europeia
ARIPO	Organização Regional Africana da Propriedade Intelectual
CAADP	Programa Abrangente para o Desenvolvimento da Agricultura em África
CE	Comissão Europeia
CER	Comunidades Económicas Regionais
CIRAD	Centro de Cooperação Internacional em Investigação Agronómica
CRT	Conselho Regulador da Tequila
DO	Denominação de origem
DPI	Direitos de Propriedade Intelectual
EUIPO	Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia
FAO	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
FDA	Agência Francesa de Desenvolvimento
FNC	Federação Nacional dos Cafeicultores
IG	Indicação Geográfica
INAO	Instituto Nacional de Origem e Qualidade
OP	Organização de produtores
OAPI	Organização Africana da Propriedade Intelectual
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAMPIG	Projeto de Apoio à Implementação de Indicações Geográficas
TRIPS	Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio
UE	União Europeia
UNIDO	Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial

Preâmbulo

Nos últimos 20 anos, as IG emergiram como um fenómeno global, gerando um interesse crescente entre produtores, consumidores, académicos e decisores políticos, quer como um direito de propriedade intelectual (DPI) que merece uma proteção sólida a nível nacional e internacional, quer como uma ferramenta fantástica de desenvolvimento.

Os países africanos também fizeram parte deste processo, uma vez que os intervenientes locais (produtores, autoridades governamentais, organizações regionais) e internacionais (agências de desenvolvimento, doadores, organizações não governamentais (ONG)) dedicaram tempo e recursos à promoção do reconhecimento e desenvolvimento das IG em todo o continente.

É chegado o momento de as partes interessadas locais e os organismos internacionais envolvidos no desenvolvimento das IG em África fazerem o balanço dos progressos realizados até à data e resolverem as deficiências que subsistem, que impedem as IG africanas de explorar todo o seu potencial.

Este manual visa realizar este exercício de avaliação à luz dos fatores que são considerados cruciais a nível internacional para o êxito de uma IG.

Além disso, visa fornecer ferramentas conceptuais (literatura económica) e ferramentas práticas (exemplos de IG bem-sucedidas de países em desenvolvimento fora de África).

Os autores deste manual esperam que o mesmo ofereça às partes interessadas locais e internacionais uma ferramenta prática para auxiliar na implementação da Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África (2018-2023), assim como contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades africanas.

Agradecimentos

Os principais autores desta publicação são Massimo Vittori, Diretor-geral da oriGIn, Luis Fernando Samper, Especialista Internacional de IG e Monique Bagal, Especialista Internacional de IG no âmbito do projeto AfrIPI.

Os nossos agradecimentos pelo seu valioso contributo são dirigidos aos especialistas que aceitaram partilhar os seus conhecimentos: Michel Gonomy, Chefe do Departamento de IG da OAPI, Denis Sautier, Investigador Sénior do CIRAD, Estève Déglá, Consultora Jurídica da Agência Nacional da Propriedade Intelectual do Benim, Pierre Runiga, Diretor de Programa da ARIPO, Alexandra Grazioli, Diretora do Sistema de Lisboa da OMPI, Emilie Vandecandelaere, Especialista Internacional de IG da FAO, Dominique Barjolle, Diretor da Origem para a Sustentabilidade, Jean-Claude Pons, Especialista em Controlo e Certificação.

A releitura foi feita por Gregor Schneider, Chefe de Projeto Adjunto da AfrIPI, Gaelle Doléans, Diretora de Programa da Direção-Geral das Parcerias Internacionais (DG-INTPA, Comissão Europeia), Laetitia Rivagorda, bem assim como pelos peritos especialistas da DG Agri: Maria Aguado Ruiz, Daniela Planchensteiner, Natalie Nathon, Georges Vassilakis, Nuno Vicente, Willi Schulz-greve e Paola De Caro.

A coordenação geral foi realizada por Dennis Scheirs, Líder do Projeto AfrIPI.

A revisão de provas foi realizada pelo serviço de revisão de provas do EUIPO.

A tradução francesa foi fornecida pela BEACOM.

Por fim, a edição foi feita por Mattias Gambetta e Yana Karamancheva do Departamento de Comunicação do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia.

Capítulo 1 – Compreender os fatores de sucesso das Indicações Geográficas

Este capítulo apresentará as indicações geográficas (IG): definições (secção 1), consideração jurídica e económica (secção 2) e condições para o êxito das IG (secção 3). A plena compreensão destes elementos é fundamental para compreender os progressos realizados até à data nos países africanos no que diz respeito às IG (que serão abordadas no Capítulo 2), assim como aos domínios a que as partes interessadas e os doadores nacionais devem dedicar mais atenção e recursos (objeto do Capítulo 3).

Secção 1 – Definições

As IG são nomes utilizados para identificar e comercializar produtos agrícolas, vinhos e bebidas espirituosas, assim como outros produtos fabricados tradicionalmente, como o artesanato, que estão profundamente enraizados num determinado ambiente geográfico. As suas qualidades, características e reputação únicas estão ligadas à sua origem geográfica em virtude do clima, da composição dos solos, da tradição, da biodiversidade, do saber-fazer local ou de outros fatores naturais e/ou humanos.

No que diz respeito às definições jurídicas, o Acordo sobre os **1Aspetos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (TRIPS)** da Organização Mundial do Comércio (OMC) prevê uma definição internacionalmente aceite. As IG são definidas como «[...] indicações que identifiquem um produto como originário do território de um membro ou de uma região ou localidade desse território, sempre que determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente imputável à sua origem geográfica». Outra definição encontra-se no Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e respetivo Registo Internacional (**2a seguir designado «Acordo de Lisboa»**), adotado em 1958 e administrado, após a sua criação em 1970, sob os auspícios da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). Nos termos do artigo 2.º do acordo, entende-se por «denominação de origem» (DO) «o nome geográfico de um país, região ou localidade, que serve para designar um produto dele originário, cuja qualidade e características se devem exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. O Acordo de Lisboa foi

(¹) https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/31bis_trips_04b_e.htm#3

(²) <https://wipolex.wipo.int/en/text/285856>

modernizado em 2015 com a adoção do Ato de **Genebra relativo às denominações de origem e indicações geográficas** (a seguir designado «Ato de Genebra»), que alargou o âmbito de aplicação a todas as IG ⁽³⁾. A definição de IG nele contida reproduz, em grande medida, a definição do Acordo TRIPS (artigo 2.º) ⁽⁴⁾. Enquanto para as DO a ligação entre o produto e o seu ambiente geográfico é mais forte do que para as IG em geral (as DO podem ser consideradas uma subcategoria de IG), a ideia subjacente é a de que as denominações geográficas identificam produtos que não podem ser reproduzidos noutra local com as mesmas características ⁽⁵⁾.

Secção 2 – Considerações jurídicas e económicas

Do ponto de vista jurídico, as IG são direitos de propriedade intelectual (DPI). Os sistemas *sui generis* - nos quais as IG são tratadas como uma categoria de PI independente ⁽⁶⁾ - estabelecem critérios precisos relativos ao registo, à oposição de terceiros e à duração da proteção. Na sequência do pedido de proteção por parte dos produtores, agrupamentos de produtores ou associações de produtores (geralmente, através de um documento técnico denominado «caderno de especificações », no qual, entre outros, são descritos a área geográfica relevante, os métodos de produção e as características da mercadoria, bem como a relação entre estes elementos) e da aprovação pela autoridade pública competente, é concedido um direito exclusivo sobre a utilização da denominação geográfica (ou de um nome tradicional que tenha adquirido significado geográfico através da utilização). A lógica subjacente é a preservação das qualidades e tradições únicas destes produtos, que podem ser o resultado de décadas (e, em alguns casos, séculos) de esforço, e que exigem investimento para cobrir os custos associados ao respeito das regras e controlos específicos de produção, bem como à realização de atividades de monitorização e fiscalização do cumprimento.

⁽³⁾ O Ato de Genebra do Acordo de Lisboa entrou em vigor em fevereiro de 2020. Para mais informações, consultar a análise do tratado realizada pela oriGIIn em <https://www.origin-gi.com/content-page/item/14917-26-02-2020-the-wipo-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-enters-into-force-today-the-long-awaited-international-register-for-geographical-indications-is-now-a-reality.html>

⁽⁴⁾ Ver texto integral do Ato de Genebra em <https://wipolex.wipo.int/en/treaties/textdetails/12586>

⁽⁵⁾ Consequentemente, todas as DO são consideradas IG.

⁽⁶⁾ A grande maioria das jurisdições em todo o mundo protege as IG através de sistemas independentes (*sui generis*). Alguns países ainda recorrem exclusivamente a marcas (incluindo a certificação e as marcas coletivas) para este efeito. O Acordo TRIPS e o Ato de Genebra do Acordo de Lisboa não exigem um sistema específico para proteger as IG.

O direito exclusivo sobre um nome geográfico estabelecido por uma IG não é um direito sobre uma categoria de produtos. O nome pode ser utilizado por todos os produtores/operadores que respeitem o caderno de especificações do produto. No entanto, o regime exclui os produtores/operadores situados na área geográfica da utilização do nome protegido - incluindo as suas traduções - se não respeitarem o caderno de especificações associado à mesma categoria de produtos. Em determinadas jurisdições, por exemplo, na União Europeia (UE), em conformidade com o artigo 13.º, n.º 1, alínea a), do Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios, tal pode mesmo acontecer numa categoria diferente de produtos, se houver uma tentativa de explorar a reputação da IG ⁽⁷⁾.

As IG não conferem direitos individuais (como é o caso das patentes e das marcas). Após o registo, o direito de utilização de um nome geográfico pertence à comunidade de produtores de uma determinada área geográfica, aqueles que respeitem o caderno de especificações dos produtos submetido para solicitar a proteção.

Do ponto de vista comercial, as IG significam que os produtos podem ser diferenciados com base na sua origem geográfica. À medida que os mercados se tornam cada vez mais globalizados e as regulamentações comerciais mudam e se orientam para a rastreabilidade, os produtores em todo o mundo olham para o regime de IG com interesse crescente para posicionarem os seus produtos em segmentos de mercado específicos. Como resultado, as IG criam valor para milhões de produtores, transformadores e distribuidores em todo o mundo. Na UE, o setor das IG deu um enorme contributo para a economia, representando um valor de vendas superior a 75 mil milhões de euros e cerca de 15,5 % do total das exportações de alimentos e bebidas da UE ⁽⁸⁾. A taxa média de prémio assegurada pelas IG – estimada em 2,07 na UE em 2017 – oferece oportunidades concretas aos produtores das zonas rurais, criando postos de trabalho duradouros e, por conseguinte, evitando o êxodo rural. Do mesmo modo, os efeitos colaterais em setores conexos, como o turismo e as indústrias eno-gastronómicas, contribuem para manter as zonas rurais dinâmicas.

(7) Ver decisão da Divisão de Oposição do EUIPO relativa ao registo internacional de marcas que designa a União Europeia, 22/05/2019, 1 474 686, «CHAMPAWS» na classe 31.

(8) Estudo sobre o valor económico dos regimes de qualidade, indicações geográficas (IG) e especialidades tradicionais garantidas (ETG) da UE, da AND International e ECORYS, publicado pela Direção-Geral da Agricultura e do Desenvolvimento Rural (Comissão Europeia), 2019.

Enquanto isso, os consumidores em todo o mundo exigem cada vez mais histórias autênticas por trás dos produtos que desejam comprar. Através das IG, beneficiam de um leque mais alargado de escolhas e diversidade, de uma maior transparência do mercado e de custos de transação reduzidos na sua procura por «produtos de nicho».

Secção 3 – Condições para o êxito das IG

Para que o esquema de IG seja bem-sucedido e produza os resultados acima mencionados, são necessárias algumas condições.

Em primeiro lugar, é necessária uma certa qualidade ligada ao ambiente geográfico do produto. As IG não são meros esquemas de comercialização. Trata-se, normalmente, de uma exigência das legislações nacionais.

Em segundo lugar, as IG exigem esforços coletivos dos produtores e de outros intervenientes relevantes na cadeia de valor. Embora tal não seja necessariamente exigido pelas legislações nacionais, a prática mostra que aumenta as hipóteses de êxito. Na fase inicial do desenvolvimento das IG, é crucial que os produtores:

- «codifiquem» as características únicas do produto ligadas ao meio geográfico.
- estabeleçam uma plataforma comum (uma estrutura que represente os produtores e outros participantes relevantes).
- lhes apliquem regras de governação funcional.

Isto representa um enorme potencial em termos de distribuição de rendimento entre os intervenientes nas cadeias de valor (⁹). Quando a IG é reconhecida/registada/protegida, a plataforma comum estabelecida deve realizar algumas tarefas, incluindo campanhas promocionais e, acima de tudo, atividades de proteção e fiscalização. A abordagem coletiva gera economias de escala que são benéficas para os produtores, especialmente para as pequenas empresas que não dispõem da massa crítica necessária para realizar essas atividades por si próprias.

Do mesmo modo, para que uma IG seja bem-sucedida, é também necessário um sistema sólido de proteção e fiscalização do cumprimento. A contratação de empresas privadas para monitorizar os mercados e assegurar a aplicação

(⁹) Ver também as considerações sobre IG e sustentabilidade mais adiante no parágrafo.

da legislação pode ser difícil para as associações e os produtores, especialmente os que representam as pequenas IG. A este respeito, no âmbito *dos sistemas sui generis*, as autoridades públicas proporcionam um certo nível de proteção administrativa (referido como *ex officio*), com vários graus de envolvimento e eficácia.

A credibilidade de um sistema de IG também depende de controlos, que devem garantir que a promessa feita aos consumidores seja respeitada e a autenticidade do produto garantida. São possíveis controlos internos (supervisionados pela associação de produtores) e externos, idealmente uma combinação de ambos. Os controlos por parte de terceiros representam mais uma garantia de imparcialidade. Neste último caso, as autoridades públicas tendem a realizar estes controlos ou a acreditar organismos qualificados em conformidade com as normas internacionais ISO. Isto é obrigatório para registar uma IG no sistema da UE.

Embora ainda não seja um requisito legal, uma questão emergente para o sucesso das IG diz respeito às questões emergentes relacionadas com a sustentabilidade. Com uma população mundial em crescimento (projetada para atingir 9,8 mil milhões até 2050, de acordo com as Nações Unidas), e suas implicações em termos de quantidade e qualidade dos alimentos disponíveis, uso da água e impacto geral no meio ambiente, a agricultura enfrenta hoje os desafios associados à sustentabilidade com todos os seus componentes económicos, ambientais e sociais. Por outras palavras, as cadeias de valor estão a repensar o seu modelo de negócio para poderem continuar a gerar valor e satisfazer as necessidades de uma população mundial em crescimento, tendo em conta os objetivos sociais e ambientais, para que a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades não seja comprometida. Garantir a sustentabilidade não é apenas uma obrigação «moral», as considerações comerciais desempenham um papel importante no debate. A mudança geracional representada pelos «millennials» que se tornaram o principal motor da mudança no comportamento dos consumidores, recentrou a atenção das grandes empresas e retalhistas em produtores locais mais pequenos, autênticos e em que se pode confiar. O Boston Consulting Group estima que, entre 2011 e 2016, grandes grupos de consumidores dos EUA perderam 22 mil milhões de dólares em vendas para marcas menores.

A sustentabilidade está a tornar-se um fator importante que influencia o comportamento dos consumidores. Muito antes de a sociedade civil começar a questionar as empresas e marcas e o seu impacto no ambiente e no bem-estar social dos seus colaboradores e comunidades, os produtos de IG têm sido sensíveis a questões como a igualdade de género, condições de trabalho dignas e danos climáticos e ambientais. Em primeiro lugar, no que diz respeito às questões ambientais, os produtos com IG não podem transferir a produção

para outro local, uma vez que a deslocalização não é compatível. Os recursos e o capital natural de uma determinada área geográfica devem ser preservados para que as IG continuem a existir e a prosperar a longo prazo. Assim, vários produtos de qualidade profundamente enraizados numa determinada área geográfica, têm conseguido continuar a existir há vários séculos ao mesmo tempo que se adaptam aos gostos dos consumidores. Além disso, do ponto de vista social e económico, os produtos com IG são parte integrante das suas comunidades. A sua capacidade de gerar e distribuir valor de forma justa a todas as partes interessadas relevantes ao longo da cadeia é um fator chave para o seu sucesso. Este objetivo é alcançado através da «governança da cadeia de valor local», que permite que as partes interessadas relevantes sejam representadas nas associações de produtores e outros participantes nas cadeias de valor, tais como *Consejos reguladores*, *Associations interprofessionnelles*, *Consorti*, etc. A este respeito, os intervenientes locais estão numa posição privilegiada para desenvolver alianças nos seus respetivos territórios, criando o ambiente adequado para a colaboração entre os agentes económicos, os reguladores e as autoridades locais.

De um ponto de vista mais geral, uma vez que os controlos independentes são fundamentais na implementação de qualquer política de sustentabilidade rigorosa, as IG adequam-se à nova mentalidade que as exigências sociais emergentes determinam. Os agentes económicos nas cadeias de valor das IG – agricultores, produtores, transformadores e distribuidores – estão, de facto, habituados a auditorias independentes. Estas auditorias são necessárias antes de os produtos serem colocados no mercado/comercializados, a fim de garantir que a sua qualidade está em conformidade com o caderno de especificações dos produtos. Por conseguinte, a adaptação às auditorias de sustentabilidade pode revelar-se mais fácil para as IG.

Por todas estas razões, as IG estão em boa posição para responder aos desafios de sustentabilidade do nosso tempo e até representam um modelo para outros setores económicos que iniciam esse processo. Isto não significa que as IG sejam sustentáveis por natureza. É necessário um esforço para compreender as necessidades de cada cadeia de valor, considerando as especificidades do setor em que atuam, assim como as prioridades dos consumidores.

Capítulo 2 – A situação atual das IG em África

Este capítulo centrar-se-á no panorama das IG em África. Uma visão geral permite-nos identificar os principais intervenientes envolvidos no desenvolvimento das IG africanas (Secção 1). Os esforços coordenados destas partes interessadas contribuem continuamente para os progressos substanciais observados no continente no que diz respeito aos fatores de sucesso das IG: a modernização dos quadros jurídicos e institucionais, a identificação de qualidades e características específicas que ligam os produtos aos respetivos ambientes geográficos e a elaboração de cadernos de especificações sólidos dos produtos. A combinação destes elementos conduziu a um aumento do reconhecimento/registo de IG nos países africanos (secção 2). Entretanto, registaram-se progressos limitados em certos domínios cruciais, como a criação de agrupamentos de produtores eficazes e funcionais, assim como quadros de controlo transparentes (secção 3).

Secção 1 – O panorama das IG nos países africanos

Em 1 de janeiro de 1995, entrou em vigor o Acordo da OMC sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (TRIPS)⁽¹⁰⁾. As obrigações TRIPS foram então incorporadas na legislação nacional dos Estados-Membros da OMC, com um período de transição de 5 anos para os países em desenvolvimento e de 11 anos para os países menos desenvolvidos. Considerando que a maioria dos países africanos pertence a uma destas duas categorias, entre 2000 e 2006 foram lançadas várias iniciativas para reformar os quadros jurídicos nacionais a nível nacional ou regional. A presente secção descreve o panorama das IG em África, desde as instituições habilitadas a supervisionar as IG pelos países africanos (A) até aos parceiros internacionais que prestam assistência técnica de várias formas (B).

A. Partes interessadas com mandatos sobre IG a nível continental

Para compreender as IG numa perspetiva continental, o ponto de partida seria normalmente o seu registo e proteção jurídica. No entanto, é interessante

⁽¹⁰⁾ OMC, Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio, assinado em Marraquexe, Marrocos, em 15 de abril de 1994 - https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm.

observar que as principais instituições em causa estão cada vez mais mandatadas para além destes aspetos.

a) Mandato da OAPI em matéria de IG

i. O mandato de registo.



A Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI) sempre atuou, para cada um dos seus Estados-Membros (¹¹), como serviço nacional de registo de indicações geográficas (¹²) em conformidade com o Acordo de Bangui que cria uma Organização Africana da Propriedade Intelectual (Anexo VI). A este respeito, a OAPI supervisiona o exame dos pedidos de IG e o seu registo e publicação. As principais características do quadro OAPI para o registo das IG são o nível duplo do procedimento de registo (nacional e regional), o vasto âmbito de aplicação (¹³), o vasto âmbito de proteção concedido às denominações registadas (¹⁴), o registo único das IG no sistema, a administração das IG transfronteiriças (¹⁵), a existência de um registo especial para as IG (¹⁶), a existência de um guia do requerente (¹⁷), e a disponibilidade de um logótipo específico reservado a produtos com IG reconhecidas. Uma vez registada, a proteção proporcionada pelo Acordo de Bangui é considerada válida em todos os 17 Estados-Membros.

ii. O mandato de promoção.

As atividades da OAPI para promover as IG na região remontam ao início dos anos 2000. Para desenvolver as atividades de IG, a OAPI recorreu primeiro à assistência técnica francesa. O Instituto Nacional da Propriedade Intelectual

(¹¹) Os países membros da OAPI são: Benim, Burquina Fasso, Camarões, República Centro-Africana, Chade, Comores, República do Congo, Costa do Marfim, Guiné Equatorial, Gabão, Guiné, Guiné-Bissau, Mali, Mauritânia, Níger, Senegal e Togo.

(¹²) O Acordo de Bangui relativo à criação de uma Organização Africana da Propriedade Intelectual, de 2 de março de 1977, aplica-se diretamente a todos os países membros da OAPI.

(¹³) Artigo 2.º, alínea b), do Acordo de Bangui relativo à Criação de uma Organização Africana da Propriedade Intelectual, de 2 de março de 1977, alterado em dezembro de 2020.

(¹⁴) No sistema OAPI, as IG podem aplicar-se a produtos agrícolas, naturais, industriais ou artesanais. Ver artigo 6.º do anexo VI Direitos conferidos pelo registo de uma indicação geográfica.

Uma ¹⁵IG pode dizer respeito a dois ou mais Estados e, a este respeito, o Acordo de Bangui revisto de 2015 prevê o registo conjunto de IG por dois Estados-Membros (artigos 2.º e 9.º do anexo VI do acordo).

(¹⁶) Ver artigo 18.o do Acordo de Bangui relativo à criação de uma Organização Africana da Propriedade Intelectual, de 2 de março de 1977, alterado em dezembro de 2015.

(¹⁷) Ver OAPI, Le guide du demandeur en indication géographique dans la zone OAPI, 2011.

francês, os Ministérios da Agricultura e das Pescas e dos Negócios Estrangeiros franceses e a OMPI deram formação aos funcionários nacionais sobre a identificação de produtos potencialmente adequados para proteção como IG. Os objetivos eram apoiar a OAPI na participação adequada de peritos dos diferentes Ministérios da Agricultura, na identificação de IG piloto e contribuir para a preparação de uma Conferência Ministerial da OAPI sobre IG agendada para Uagadugu em 2005 ⁽¹⁸⁾.

Posteriormente, na Declaração de Uagadugu (7 de dezembro de 2005), os Estados membros da OAPI instaram a organização a «intensificar os seus esforços para promover as indicações geográficas na região, nomeadamente através da procura de financiamento e da mobilização de assistência técnica». Graças a este quadro político, a OAPI tem agora a capacidade de se envolver diretamente em parcerias com doadores internacionais em nome dos seus Estados membros, como evidenciado pela parceria direta com a Agência Francesa de Desenvolvimento para implementar o chamado projeto PAMPIG. Curiosamente, no âmbito do Acordo de Bangui revisto (assinado em Bamako, em 14 de dezembro de 2015 ⁽¹⁹⁾), a promoção das IG tornou-se um mandato oficial da OAPI ⁽²⁰⁾.

Apesar da sua juventude, a OAPI provou ser o sistema regional mais bem-sucedido e experiente para proteção de IG no continente africano.

Até outubro de 2023, a OAPI tinha registado 13 IG no seu *sistema sui generis*: **Poivre de Penja**, **Oku White Honey** (Camarões), **Café Zياما Macenta** (Guiné-Conacri), **Ananas du Pain de sucre du Plateau d'Allada-Bénin**, **Kilichi du Niger**, **Oignon Violet de Galmi**, **Chapeau de Saponé** (Burquina Fasso), **Echalotes de Bandiagara** (Mali), **Attiéké des Lagunes** (Costa do Marfim), **Pagne Baoulé** (Costa do Marfim). Além disso, **o Champagne**, **o Scotch**, **Cognac** também são protegidos como IG na região OAPI. Também existem algumas marcas geográficas coletivas²¹.

⁽¹⁸⁾ Ver Denis Sautier – CIRAD, Eric Champion e Claude Sarfati – INAO, Geographical Indications in Francophone Africa: 2005 Support Actions of INAO and CIRAD with the African Intellectual Property Organization: https://agritrop.cirad.fr/539864/1/document_539864.pdf

⁽¹⁹⁾ Este acordo entrou em vigor em 14 de dezembro de 2020.

⁽²⁰⁾ Ver artigo 2.º, alínea i), do Acordo de Bangui relativo à criação de uma Organização Africana da Propriedade Intelectual, de 2 de março de 1977, alterado em dezembro de 2015:

http://www.oapi.int/Ressources/accord_bangui2020/anglais.pdf

²¹ São exemplos: Violet de Galmi (Níger), Belle de Guinée e Riz Bora Malé (Guiné-Conacri)

Mandato da ARIPO em matéria de IG

i. O mandato de registo.

Na ausência de um quadro específico para o registo das IG a nível regional, parte-se do princípio de que os Estados-Membros da ARIPO²² se baseiam no Protocolo de Banjul relativo à proteção das marcas (19 de novembro de 1993). O Protocolo de Banjul habilita a ARIPO a receber e tratar pedidos de marca em nome dos Estados Partes no Protocolo (²³). Nos termos do Protocolo de Banjul, um requerente pode apresentar um único pedido de proteção de uma marca junto de um dos Estados contratantes ou diretamente junto da ARIPO, designando os Estados onde a proteção é requerida (²⁴). No entanto, em 2021, não foi recebido qualquer pedido de proteção regional de uma marca geográfica pelo secretariado da ARIPO.

Apesar de tudo, foram dados alguns passos no sentido de melhorar o mandato da ARIPO em matéria de IG.

De facto, durante a sua 13.^a Sessão, realizada em Acra (Gana, 2011), o Conselho de Ministros da ARIPO aprovou que as IG fossem incluídas no mandato global sobre Propriedade Intelectual. O Conselho encarregou o Secretariado de trabalhar no sentido da adoção de um quadro jurídico regional adequado em matéria de Indicações Geográficas; e, além disso, assistir os seus Estados-Membros na adoção de legislações nacionais adequadas em matéria de Indicações Geográficas.

Posteriormente, em 2014, o Secretariado elaborou um projeto de quadro jurídico, que foi distribuído aos Estados-Membros e a outras partes interessadas (UE, OMPI e outros) para comentários e recomendações. Foi elaborado um roteiro para a adoção do projeto de quadro jurídico, que deveria ter sido implementado a partir de janeiro de 2014. No entanto, por diversos motivos, não foi possível implementar este roteiro.

No entanto, é significativo que muitos países da região ARIPO tenham adotado recentemente legislações *sui generis* para a proteção das IG. Por outro lado, a ARIPO está empenhada em desenvolver um quadro jurídico mais

(²²) Os Estados-Membros da ARIPO são: Botsuana, Reino de Essuatíni, Gâmbia, Gana, Quênia, Reino do Lesoto, Libéria, Malawi, Maurícia, Moçambique, Namíbia, Ruanda, São Tomé e Príncipe, Seicheles, Serra Leoa, Somália, Sudão, Tanzânia, Uganda, Zâmbia, Zimbabué.

(²³) Os membros do Protocolo de Banjul são: Botsuana, Reino de Essuatíni, Gâmbia, Reino do Lesoto, Libéria, Maláui, Moçambique, Namíbia, São Tomé e Príncipe, Uganda, República Unida da Tanzânia e Zimbabué.

(²⁴) Proteção das IG em África: <https://www.origin-gi.com/component/content/article.htm?id=3107>

abrangente para as IG na região, tal como evidenciado pela recomendação do Comité Técnico do Conselho de Administração da ARIPO (7.^a sessão, realizada em Harare em 2017) para que o Secretariado realize um estudo exaustivo sobre a melhor abordagem para implementar o mandato relativo às indicações geográficas na região. A recomendação foi aprovada pelo Conselho de Administração na sua 46.^a sessão, realizada em Lilongwe, Maláui, de 20 a 22 de novembro de 2017.

ii. Outras atividades de promoção das IG na região ARIPO

Durante a 36.^a Sessão do Conselho de Administração da ARIPO, realizada em Zanzibar em novembro de 2012, foi assinado um Memorando de Entendimento entre a ARIPO e a Direção-Geral da Agricultura e do Desenvolvimento Rural da Comissão Europeia. No âmbito da aplicação do referido memorando, realizou-se uma série de seminários sobre indicações geográficas em alguns Estados-Membros da ARIPO, nomeadamente no Quénia, Uganda, Zâmbia e Zimbabué. Outros workshops foram organizados conjuntamente em 2014 pela ARIPO e pela UE no Botsuana e em Moçambique sob o tema: «IG em África: da Teoria à Prática».

A recente implementação do projeto 'Direitos de Propriedade Intelectual e Inovação em África' (AfrIPI), cuja componente de IG se encontra alojada nas instalações da ARIPO, cria uma dinâmica e um ambiente propícios à proteção e apoio às IG individuais na região. De importância, em novembro de 2021, uma conferência regional sobre IG organizada pela ARIPO em colaboração com o projeto AfrIPI. O objetivo da conferência era, para os Estados-Membros da ARIPO, definir um caminho a seguir no que diz respeito a um quadro adequado para as IG a nível regional ou nacional²⁵. A conferência concluiu que o Conselho de Administração poderia criar um grupo de trabalho *ad hoc* sobre as IG para refletir sobre os esforços que os Estados-Membros da ARIPO poderiam implementar para as IG na região. Em 8 de dezembro de 2021, esta decisão foi aprovada pelo Conselho de Administração da ARIPO.

Espera-se mais nos próximos anos.

b) A administração de IG em países não-OAPI e não-ARIPO

A grande maioria dos países que não dependem dos sistemas de proteção OAPI ou ARIPO, regista IG através dos seus serviços nacionais de

²⁵ 'Conferência sobre Indicações Geográficas para países ARIPO' (AfrIPI, s.d)

<<https://afripi.org/activities/conference-geographical-indications-aripo-countries>> consultado em 5 de maio de 2023

propriedade intelectual. Com exceção da Argélia ⁽²⁶⁾, do Burundi ⁽²⁷⁾, do Jibuti ⁽²⁸⁾, da República Democrática do Congo ⁽²⁹⁾, de Marrocos ⁽³⁰⁾, da Tunísia ⁽³¹⁾ e da África do Sul ⁽³²⁾, que adotaram *sistemas sui generis* de proteção das suas IG, a maioria dos outros países ⁽³³⁾ protege as suas IG através de marcas coletivas e/ou de certificação.

À semelhança dos países OAPI, poucos destes países (Marrocos, Tunísia) aplicam um «duplo nível de procedimento de registo das IG», no qual existe uma distribuição de tarefas entre profissionais da justiça (instituto de PI) e outros especialistas, por vezes, reunidos numa comissão estatal (frequentemente designada «Comissão Nacional das IG»).

c) Atividades da União Africana relacionadas com as IG

Para além do Programa Integrado para o Desenvolvimento da Agricultura em África (CAADP, 2003), que constitui o quadro político de África (nomeadamente para a transformação agrícola e o crescimento económico), a subsequente Declaração de Malabo estabelece objetivos agrícolas concretos a atingir até 2025, em consonância com a Agenda África 2063 (2015) da União Africana (UA).

Por outro lado, o Acordo que estabelece a Zona de Comércio Livre Continental Africana (AfCFTA) foi negociado entre 2016 e 2018. Foi aberto à assinatura em 21 de março de 2018, na 10.^a Cimeira Extraordinária da UA. O Acordo entrou em vigor em 30 de maio de 2019 e, até setembro de 2021, 38 países ⁽³⁴⁾ assinaram e depositaram os seus instrumentos de ratificação da AfCFTA

⁽²⁶⁾ Decreto Executivo n.º 13-260, de 7 de julho de 2013, que estabelece o sistema de qualidade dos produtos agrícolas ou de origem agrícola.

⁽²⁷⁾ Lei n.º 1/13, de 28 de julho de 2009, relativa à Propriedade Industrial no Burundi - Portaria n.º 540/2047, de 24 de dezembro de 2012, relativa aos procedimentos de depósito e registo de indicações geográficas.

⁽²⁸⁾ Lei n.º 50/AN/09/6.^a L, de 19 de julho de 2009, relativa à Proteção da Propriedade Industrial.

⁽²⁹⁾ Lei n.º 82-001, de 7 de janeiro de 1982, relativa à Propriedade Industrial.

⁽³⁰⁾ Código da Propriedade Intelectual (versão consolidada a partir de 1 de janeiro de 2021).

⁽³¹⁾ Lei n.º 99-57, de 28 de junho de 1999, relativa às denominações de origem e indicações de origem dos produtos agrícolas - Lei n.º 2007-68, de 27 de dezembro de 2007, relativa às denominações de origem, indicações geográficas e indicações de origem para o artesanato.

⁽³²⁾ Departamento da Agricultura e das Pescas N.º R.447, 22 de março de 2019, Regulations Relating to the Protection of Geographical Indications used on Agricultural Products intended to sale in the Republic of South Africa 42324.

⁽³³⁾ Entre estes países, alguns não dispõem de qualquer sistema de registo. Exemplos disso são a Eritreia, a Líbia ou mesmo o Sudão do Sul.

⁽³⁴⁾ Em fevereiro de 2023, 46 dos 54 signatários (85,2%) depositaram os seus instrumentos de ratificação da AfCFTA (ordenados por data):

junto do Presidente da Comissão da UA ⁽³⁵⁾. O artigo 4.º do Acordo AfCFTA prescreve a cooperação dos Estados Partes em matéria de investimento, direitos de propriedade intelectual e política de concorrência,, temas que fazem parte da segunda fase das negociações do acordo ⁽³⁶⁾. Por conseguinte, as negociações da fase II devem concentrar-se na obtenção de um mercado continental único de bens e serviços.

Em termos gerais, este é também o contexto em que a Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África 2018-2023 é introduzida no panorama africano.

Encomendada pela UA, a versão final da estratégia acima referida ⁽³⁷⁾ foi aprovada em outubro de 2017 pela Comissão da UA e um plano de ação foi aprovado em Yaoundé, em 18 de outubro de 2018, pelo comité consultivo ⁽³⁸⁾, composto pela Comissão da União Africana (CUA), pelos dois Institutos Africanos de Propriedade Intelectual (OAPI e ARIPO) e pela Comissão Europeia. A FAO, a OMPI e o EUIPO são convidados na qualidade de observadores.

Esperam-se os seis resultados estratégicos seguintes ⁽³⁹⁾.

- **Resultado 1:** desenvolve-se e partilha-se uma visão africana das IG enquanto instrumento que contribui para o desenvolvimento rural

Gana, Quénia, Ruanda, Níger, Chade, Reino de Essuatíni, Guiné, Costa do Marfim, Mali, Namíbia, África do Sul, Congo, República do Jibuti, Mauritânia, Uganda, Senegal, Togo, Egito, Etiópia, Gâmbia, Rep. Árabe Sarauí Democrática, Serra Leoa, Zimbabué, Burquina Fasso, São Tomé e Príncipe, Guiné Equatorial, Gabão, Maurícia, Rep. Centro-Africana, Angola, Reino do Lesoto, Tunísia, Camarões, Nigéria, Maláui, Zâmbia, Argélia, Burundi, Seicheles, Tanzânia, Cabo Verde, República Democrática do Congo, Marrocos, Guiné-Bissau, Botsuana e Comores.

⁽³⁵⁾ Dos 55 Estados-Membros da UA, apenas ainda a Eritreia assinou.

⁽³⁶⁾ Acordo que cria a zona de comércio livre continental africana, https://au.int/sites/default/files/treaties/36437-treaty-consolidated_text_on_cfta_-_en.pdf

⁽³⁷⁾ União Africana, Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África 2018-2023, <https://au.int/en/documents/20190214/continental-strategy-geographical-indications-africa-2018-2023>

⁽³⁸⁾ O Comité Consultivo tem como principal objetivo a coordenação das atividades relacionadas com as IG em África. Será o veículo utilizado para orientar a implementação da Estratégia Continental da UA. As suas atividades concretas abrangeriam:

- coordenar e lançar iniciativas comuns em conformidade com a Estratégia Continental da UA em matéria de IG;
- trocar informações sobre as suas atividades e projetos relacionados com as IG em África;
- fornecer orientações para as ações prioritárias a apoiar conjuntamente;
- criar sinergias entre as iniciativas e evitar sobreposições.

⁽³⁹⁾ A este respeito, ver: <https://africa-gi.com/en/pan-african-gi/strategy>

sustentável e a segurança alimentar, bem como uma abordagem africana das IG.

- **Resultado 2:** cria-se um quadro jurídico e institucional a nível nacional e regional para a proteção das IG.
- **Resultado 3:** o desenvolvimento e o registo das IG como projetos-piloto e motores do desenvolvimento rural e sustentável são apoiados com vista a proporcionar formação e demonstrar os seus efeitos.
- **Resultado 4:** o desenvolvimento do mercado dos produtos com IG é promovido através de abordagens inovadoras nos mercados locais, através do comércio regional entre as Comunidades Económicas Regionais (CER) e nos mercados de exportação (especialmente na UE, uma vez que as IG são um instrumento de mercado aí estabelecido).
- **Resultado 5:** a investigação, os programas de formação e de extensão são incentivados para assegurar a identificação, o desenvolvimento e a difusão das melhores práticas africanas e para contribuir para a abordagem africana no contexto das alterações climáticas. Uma vez que uma grande quantidade de investigação foi realizada por instituições não africanas, a cooperação entre instituições africanas e não africanas experientes deve ser facilitada.
- **Resultado 6:** sensibilizar todas as partes interessadas, incluindo os consumidores e assegurar a comunicação entre as partes interessadas e a difusão da informação a um público mais alargado.

O AfrIPI contribuirá para a implementação destes seis resultados estratégicos nos próximos 4 anos ⁽⁴⁰⁾.

Em 2023, a União Africana, o projeto AfrIPI e a Direção-Geral da Agricultura da Comissão Europeia organizaram um evento paralelo à Conferência Ministerial da Agricultura UA-UE (FAO, Roma, Itália). Este evento de alto nível destinava-se a iniciar um debate sobre o futuro da estratégia pós-2023.

B. Outras forças motrizes das IG em África

Esta subsecção apresenta alguns dos principais parceiros envolvidos no financiamento e na prestação de assistência técnica em matéria de IG em África.

(⁴⁰) Para mais informações, ver [Atividades | Projetos de PI financiados pela UE \(internationalipcooperation.eu\)](https://internationalipcooperation.eu)

O Governo francês

i. O Ministério da Agricultura francês

O INAO

Em parceria com o Ministério da Agricultura, o Institut national de l'origine et de la qualité (Instituto Nacional de Origem e Qualidade) (INAO) partilha algumas atividades de relações internacionais: receber delegações estrangeiras, participar em seminários, conferências e outros eventos no estrangeiro, apoio técnico, apoio a projetos de cooperação. Estas atividades fazem parte da estratégia de influência do Ministério da Agricultura e vão ao encontro das orientações definidas pelo INAO: trabalhar com países onde são detetados casos de contrafação ou que têm potencial em termos de aliança através de negociações. Para levar a cabo estas atividades, foi criada uma rede de peritos coordenada pelo INAO e pelo seu serviço jurídico ⁽⁴¹⁾.

Conselheiros para os assuntos agrícolas sediados nas embaixadas francesas

A rede de conselheiros para os assuntos agrícolas, acolhida pelos serviços económicos das embaixadas, oferece espaços de cooperação para a promoção das IG. Com efeito, o primeiro webinar sobre IG na Nigéria foi organizado pela Embaixada da França ⁽⁴²⁾.

ii. A Agência Francesa de Desenvolvimento

A Agence Française de Développement (a Agência Francesa de Desenvolvimento, «AFD») apoia o desenvolvimento de IG no âmbito do Programa de Capacitação Comercial (PRCC) como parte da sua missão de reduzir a pobreza e promover o desenvolvimento sustentável. O PRCC é o programa bilateral francês de ajuda ao comércio iniciado em 2002 pela Direção-Geral do Tesouro e Política Económica (DGTPE) e pelo Ministério da Europa e dos Negócios Estrangeiros francês e implementado pela AFD.

Desde 2004, a AFD financiou 13 projetos para apoiar a criação ou o reforço de mais de 20 IG em todo o mundo, entre os quais, pelo menos, três projetos

⁽⁴¹⁾ Sítio Web da INAO – Cooperação internacional: <https://www.inao.gouv.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite/Les-missions-de-l-INAO/Cooperation-internationale>

⁽⁴²⁾ A lista dos conselheiros para os assuntos agrícolas em África pode ser consultada em: <https://agriculture.gouv.fr/les-conseillers-aux-affaires-agricoles-un-reseau-dexperts-en-europe-et-linternational>

globais bem-sucedidos de IG em Marrocos – o que levou ao registo da primeira IG africana – uma na Tunísia (PA-IG)⁴³ e o PAMPIG nos países OAPI.

Uma das prioridades do programa PRCC 2020-2022 é o apoio ao processo de qualidade no setor agrícola, através do comércio justo e das IG. Assim, em 2021, o Centro de Cooperação Internacional em Investigação Agrícola para o Desenvolvimento (CIRAD), com o apoio da AFD, lançou o Fundo de Apoio às IG⁴⁴, um instrumento de financiamento disponível para os responsáveis pelos projetos que pretendam promover e desenvolver as IG nos países ACP.

O mecanismo, com um financiamento de 5 milhões de euros, apoiará projetos de «pequena» dimensão (100 000 euros) a projetos «médios» (500 000 euros e, excepcionalmente, até 1 000 000 euros) de duas formas potencialmente cumulativas:

- através da assistência técnica ou científica, em especial do CIRAD e dos seus parceiros.
- através de apoio financeiro direto.

Este orçamento deverá apoiar oito a quinze projetos, por um período máximo de 36 meses. Está aberto um convite à apresentação de projetos até que todos os fundos disponíveis tenham sido atribuídos. Vários comités de seleção (COSEL) são realizados anualmente para analisar e selecionar projetos. Os projetos devem contribuir para, pelo menos, um dos seguintes objetivos:

- Desenvolvimento de um quadro jurídico e institucional para ajudar a desenvolver as IG
- Reforço das capacidades das partes interessadas nas cadeias de valor das IG e das redes de apoio às IG ou
- Registo das IG piloto e desenvolvimento das cadeias de valor relevantes das IG.

Em outubro de 2023, a FDA está a financiar projetos de IG no Senegal, África do Sul, Etiópia, Quênia e Ruanda.

A AFD tem ainda uma publicação sobre IG: "*Indicações geográficas: qualidade dos produtos, ambiente e culturas*" disponível online ⁽⁴⁵⁾. Acaba de concluir a avaliação de um conjunto de projetos no domínio das indicações geográficas

⁽⁴³⁾ Para mais informações sobre o projeto PA-IG, consultar: <http://www.aoc-ip.tn/index.php/professionnels/pa-ig>

⁽⁴⁴⁾ Para mais informações, consultar: <https://www.facilite-ig.fr/en>

⁽⁴⁵⁾ Ver: <https://www.afd.fr/fr/savoirs-communs-9-les-indications-geographiques>

(IG).⁴⁶ Esta avaliação visa determinar em que medida a indicação geográfica contribui para o desenvolvimento sustentável⁴⁷.

O Governo suíço

Com base no seu mandato legal, o Instituto Federal Suíço de Propriedade Intelectual (IPI) também participa na cooperação internacional em matéria de propriedade intelectual. Esta cooperação tem lugar de forma independente ou em colaboração com outras organizações nacionais e internacionais. O IPI trabalha em estreita colaboração com outros serviços federais competentes nesta área. Em África, foram implementados projetos relacionados com o desenvolvimento de IG no Gana e no Quênia, foi iniciado um novo projeto com a África do Sul e estão atualmente a ser planeados novos projetos com Marrocos, a Tunísia e o Benim⁴⁸.

A União Europeia

i. Apoio da União Europeia

Programa Pan-Africano

A UE apoia uma melhor proteção das IG a nível internacional de várias formas⁽⁴⁹⁾. Para complementar o apoio que a UE tem vindo a prestar no domínio das IG através de eventos de reforço de capacidades, estudos e apoio a IG-piloto centradas nos países, o Programa Pan-Africano (criado em 2014) presta apoio específico à Parceria Estratégica África-UE e é um programa da UE para o desenvolvimento e a cooperação que abrange África no seu conjunto. A **Declaração de Abidjan**, adotada na 5.ª Cimeira UA-UE⁽⁵⁰⁾ (novembro de 2017), uniu os Estados africanos e da UE no apoio à implementação da «Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África 2018-2023» da UA como uma das prioridades estratégicas conjuntas África-UE. A segunda fase

⁴⁶ Ver, <https://www.afd.fr/en/ressources/looking-back-15-years-afd-support-geographical-indications-what-contribution-sustainable-development-how-do-better>

⁽⁴⁷⁾ Agradecimentos à Sra. Chetaille Anne, profissional da AFD, e a outros colegas da AFD, pelas informações prestadas.

⁴⁸ Agradecimentos à Sra. Nathalie Hirsig, profissional do Instituto Federal Suíço de Propriedade Intelectual, pelas informações prestadas para redigir este parágrafo.

⁽⁴⁹⁾ A UE consagra cerca de 10% do seu orçamento à ação externa. Concede financiamento sob a forma de subvenções, contratos e apoio orçamental aos países parceiros. A UE colabora igualmente com organizações internacionais, organismos privados e Estados-Membros da UE para aumentar o impacto deste apoio.

⁽⁵⁰⁾ Cimeira da Juventude África-Europa, Declaração de Abidjan, 4.ª Cimeira da Juventude África-Europa

9 - 11 de outubro de 2017, Abidjan, Costa do Marfim: https://africa-eu-partnership.org/sites/default/files/userfiles/4th_africa-europe_youth_summit_-_abidjan_declaration_2017.pdf

do Programa Indicativo Plurianual Pan-Africano (2018-2020), enquanto instrumento operacional para implementar estas prioridades, identificou os DPI, incluindo as IG, como uma das vertentes de trabalho prioritárias no âmbito do objetivo de integração económica continental e de facilitação do comércio intra-africano e do comércio África-UE.

Entre 2021 e 2027, foi adotado um novo instrumento de cooperação: o **Instrumento de Vizinhança, de Cooperação para o Desenvolvimento e de Cooperação Internacional** (NDICI). Este instrumento propõe uma reformulação radical da forma como a ação externa da UE é administrada. A Direção-Geral da Política de Vizinhança e das Negociações de Alargamento (DG NEAR) tem por missão fazer avançar as políticas de vizinhança e de alargamento da UE. A Direção-Geral das Parcerias Internacionais (DG INTPA) da Comissão é responsável pela conceção da política europeia de cooperação internacional e de desenvolvimento, e pela prestação de ajudas em todo o mundo.

Os Acordos de Parceria Económica

A UE, enquanto defensora de uma melhor proteção das IG a nível internacional, participa ativamente em acordos económicos multilaterais e bilaterais ⁽⁵¹⁾.

Neste contexto, vale a pena mencionar os **Acordos de Parceria Económica (APE)**, que são acordos comerciais e de desenvolvimento negociados entre a UE e os parceiros de África, das Caraíbas ou do Pacífico (ACP) envolvidos em processos de integração económica regional ⁽⁵²⁾. A maioria dos países africanos está em vias de negociação, de aplicação ou celebrou recentemente um APE. Embora alguns países tenham negociado «cláusulas rendez vous»

⁽⁵¹⁾ Ver: <https://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/intellectual-property/geographical-indications/#:-:text=A%20geographical%20indication%20%28GI%29%20is%20a%20distinctive%20sign,EU%20geographical%20indications.%20The%20EU%27s%20agricultural%20product%20>

⁽⁵²⁾ O objetivo dos APE é promover o comércio ACP-UE e contribuir, através do comércio e do investimento, para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. Os debates sobre os APE tiveram início em 2002 e basearam-se no capítulo comercial do Acordo de Cotonu de 2000. Acontece que os APE vão além dos acordos convencionais de comércio livre e centram-se no desenvolvimento dos países ACP, tendo em conta as suas circunstâncias socioeconómicas e incluindo a cooperação para beneficiar do Acordo. Uma vez que a UE é o principal destino dos produtos agrícolas e transformados dos parceiros ACP, os APE tencionam apoiar a diversificação do comércio, transferindo a dependência dos países ACP dos produtos de base para produtos e serviços de maior valor. No âmbito do APE, um capítulo é geralmente dedicado aos DPI, incluindo as IG.

para aprofundar o debate sobre a propriedade intelectual ⁽⁵³⁾, outros já conseguiram assegurar disposições substanciais para as IG. É o caso da África do Sul que, ao abrigo do Protocolo n.º 3 da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC)-APE UE, protege 251 IG da UE que abrangem alimentos, vinhos e bebidas espirituosas. Em contrapartida, a UE protege 105 nomes de IG da África do Sul. Estas incluem 102 IG de vinho ⁽⁵⁴⁾ mais três produtos agrícolas não vitivinícolas adicionais (**Karoo Meat of Origin, Rooibos e Honeybush** ⁽⁵⁵⁾).

O Projeto Direitos de Propriedade Intelectual e Inovação em África (2020-2024)

No âmbito do Programa Pan-Africano, uma ação específica visa o apoio aos DPI em África, implementada pelo EUIPO: o projeto AfrIPI tem quatro objetivos principais, incluindo a implementação das atividades do plano de trabalho relacionadas com a **Estratégia Continental da UA para as Indicações Geográficas em África**.

Para realizar estas atividades, o plano de trabalho global define um quadro plurianual de prioridades temáticas e geográficas, complementado por planos a desenvolver anualmente contendo atividades pormenorizadas. Enquanto Ação Pan-Africana dirigida a muitos países e sub-regiões, procura-se um equilíbrio geográfico para a implementação das atividades. As atividades são identificadas anualmente em estreita coordenação com as partes interessadas e desenvolvidas nas seguintes áreas principais de trabalho: assistência técnica ao desenvolvimento de quadros jurídicos em matéria de IG, apoio técnico a projetos-piloto de IG, reforço das capacidades das organizações nacionais e regionais responsáveis pelas IG, sensibilização e promoção das IG, nomeadamente através de uma base de dados de IG para África denominada GI-hub ⁽⁵⁶⁾.

⁽⁵³⁾ Ver Jornal Oficial da União Europeia, Acordo Provisório que estabelece um quadro para um Acordo de Parceria Económica entre os Estados da África Oriental e Austral (Comores, Madagáscar, Maurícia, Seicheles, Zâmbia e Zimbabué), por um lado, e a Comunidade Europeia e os seus Estados-Membros, por outro, artigo 53.º, de 24 de abril de 2012. Os Camarões são também um desses países.

⁽⁵⁴⁾ Antes da finalização do APE SADC-UE, apenas as denominações IG da UE para determinados vinhos e bebidas espirituosas foram protegidas na sequência do Acordo bilateral sobre o Comércio de Vinhos e Bebidas Espirituosas assinado com a África do Sul em 2002. Na sequência das negociações dos APE, a África do Sul e a UE celebraram um protocolo bilateral relativo à proteção das IG e ao comércio de vinhos e bebidas espirituosas. Ver, União Europeia, África do Sul, APE SADC-UE para indicações geográficas, novembro de 2017.

⁽⁵⁵⁾ As IG da África do Sul protegidas pela UE e as IG da UE protegidas pela África do Sul estão todas enumeradas no anexo I do Protocolo n.º 3. Ver União Europeia, África do Sul, APE SADC-UE para indicações geográficas, novembro de 2017.

⁽⁵⁶⁾ Para mais informações sobre o AfrIPI, consultar: <https://euipeuf.eu/en/afripi/activities>

Organizações internacionais

i. A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO)

Desde 2007, a FAO tem trabalhado com vários parceiros para alavancar as IG como uma ferramenta para promover o desenvolvimento sustentável e sistemas alimentares sustentáveis através de:

- Desenvolver e divulgar conhecimentos, orientações práticas e produtos de informação. Apresentam-se a seguir alguns exemplos:
 - A FAO publicou o guia «Linking peoples, places and products!» amplamente conhecido e utilizado por parceiros nacionais e internacionais que trabalham em IG⁵⁷
 - A FAO organiza eventos nacionais, regionais e internacionais para discutir e promover o contributo das IG para sistemas alimentares sustentáveis e objetivos de desenvolvimento sustentável.
 - A FAO colabora com a oriGIn para conceber e implementar uma estratégia de sustentabilidade para IG como um caminho para as associações de IG identificarem seus problemas de sustentabilidade e se envolverem com parceiros relevantes para aumentar a sustentabilidade do seu sistema de IG.

Todos os produtos de conhecimento da FAO estão disponíveis no site temático sobre IG⁵⁸ para partilhar a abordagem da FAO sobre IG, atividades que incluem projetos específicos apoiados pela FAO e publicações (guias e metodologias, estudos de caso)

- Apoiar a formulação e implementação de estratégias regionais e nacionais, políticas para o desenvolvimento sustentável das IG. Um exemplo importante é a Estratégia Continental da União Africana para as Indicações Geográficas em África 2018-2023, que foi aprovada pela União Africana em 2017. Esta estratégia foi elaborada em estreita colaboração com as organizações parceiras envolvidas nas IG: Comissão da União Africana, Organização Africana para a Propriedade Intelectual, Organização Regional Africana da Propriedade Intelectual, Organização Mundial da Propriedade Intelectual, Comissão Europeia, Agence Française de développement).

⁵⁷ Ver, <https://www.fao.org/3/i1760e/i1760e.pdf>

⁵⁸ Para mais informações sobre este sítio Web, consultar: <https://www.fao.org/geographical-indications/en>

- Prestar apoio técnico a projetos-piloto em todo o mundo, em colaboração com países e parceiros como a AFD e o Banco Europeu de Reconstrução e Desenvolvimento, para aumentar o apoio ao investimento. A FAO, juntamente com os seus parceiros, está agora a contribuir para a implementação da Estratégia Continental para as IG em África através do apoio a projetos em vários países, tais como os projetos de IG em **Madd de Casamance** no Senegal ou **Oignon violet de Galmi** no Níger⁵⁹.

ii. Assistência da OMPI em matéria de IG

A OMPI oferece assistência técnica ao desenvolvimento tanto aos governos como aos utilizadores do sistema de propriedade intelectual (PI). As atividades da OMPI estão divididas em quatro áreas principais: estratégias nacionais de PI, aconselhamento político e legislativo, soluções e projetos empresariais para institutos de PI. Estes projetos, tal como os projetos no domínio das indicações geográficas, podem também visar diretamente os utilizadores do sistema de propriedade intelectual (PI).

A OMPI promove a utilização de IG para o desenvolvimento em África essencialmente através do Setor de Desenvolvimento Regional e Nacional e da sua Divisão para África e Divisão para os Países Árabes. Vários projetos visaram países africanos sob a forma ou de apoio ao desenvolvimento de um enquadramento propício ou de apoio ao registo de IG piloto como **o Cabrito de Tete** (Moçambique), **o Vinho de Fogo** (Cabo Verde), **o Madd de Casamance** (Senegal), **o Riz de Kovie** (Togo), **o Mukono Vanilla** (Uganda), **o Taita Basket** (Quênia) ou **o Baie rose du Bongolava** (Madagáscar).⁶⁰

iii. A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (CNUCED)

A CNUCED apoia os países menos desenvolvidos na identificação de regiões e pares de produtos de forma a avaliar o potencial das IG como instrumentos de desenvolvimento rural para reduzir a pobreza. Sensibiliza igualmente os decisores políticos para as IG, aconselha os delegados da OMC sediados em Genebra sobre estratégias para defender as IG nas negociações multilaterais e apoia os pequenos produtores nas comunidades rurais através da aplicação de IG para acrescentar valor e aumentar o potencial de exportação dos seus produtos (⁶¹).

⁵⁹ Agradecimentos a Sibylle Slattery e Florence Tartanac, ambas profissionais da FAO, pelas informações prestadas no presente parágrafo.

⁶⁰ Agradecimentos a Alexandra Grazioli, profissional da OMPI, pelas informações prestadas no presente parágrafo.

(⁶¹) CNUCED: <https://unctad.org/topic/least-developed-countries/geographical-indications>

iv. A Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (UNIDO)

A Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial (UNIDO) é a agência especializada das Nações Unidas que promove o desenvolvimento industrial para reduzir a pobreza, a globalização inclusiva e a sustentabilidade ambiental. A UNIDO tem mais de duas décadas de experiência na implementação de projetos de assistência técnica no desenvolvimento de cadeias de valor: promover ligações comerciais, melhorar a conformidade com a qualidade, aumentar a produtividade e promover o acesso ao mercado. No domínio das IG, a UNIDO elaborou um importante documento sobre a organização coletiva das IG. Realizou também um estudo para avaliar o potencial de proteção do Attiéké, um produto tradicional marfinense feito de mandioca, com IG. Por último, a UNIDO implementou o *Projet d'Accès aux Marchés des Produits Agroalimentaires et du Terroir* (PAMPAT) ⁽⁶²⁾. Financiada pela Secretaria Suíça dos Assuntos Económicos (SECO), o projeto ajudou o Ministério da Indústria tunisino e o Grupo Tunisino de Produtos Alimentares Enlatados (GICA), público-privado, a estabelecer o sistema de certificação e controlo da norma de rotulagem voluntária «Food Quality Label Tunisia» (FQL). A UNIDO também estabeleceu uma taskforce, reunindo o Ministério da Indústria, a GICA e as empresas harissa para desenvolver uma visão partilhada e um plano de ação conjunto para a promoção da harissa FQL nos mercados internacionais ⁽⁶³⁾.

Organizações não governamentais, secretariados internacionais e empresas de consultoria

i. CIRAD

O CIRAD é a organização francesa de investigação agrícola e cooperação internacional que trabalha para o desenvolvimento sustentável das regiões tropicais e mediterrânicas. O CIRAD apoia a tomada de decisões através da geração de conhecimento e processos de desenvolvimento no âmbito de sistemas agrícolas e alimentares, incluindo IG. Através da sua unidade de investigação 'Inovação e Desenvolvimento na Agricultura e Alimentação', o

⁽⁶²⁾ O programa PAMPAT é financiado pela SECO e implementado pela UNIDO. Para mais informações sobre este projeto, consultar: <https://pampat.tn/en/>

⁽⁶²⁾ C: <HTTP://Pampat.TN/N/Harissa-Avec-Food-Quality-Label-Tunisia/>

⁽⁶³⁾ UNIDO, Acesso ao mercado de produtos ligados à origem & Indicações geográficas: uma abordagem integrada, <https://hub.unido.org/sites/default/files/publications/Market%20Access%20for%20origin%20linked%20products%20and%20GI%20.pdf#:~:text=Geographical%20Indications%20%28GIs%29%2C%20quality%20labels%20and%20origin%20consortia.Nations%20that%20promotes%20in%20industrial%20development%20for%20poverty%20reduction%2C>

CIRAD tem prestado assistência técnica em termos de IG em vários países africanos, incluindo a consultoria contratada para apoiar a implementação do PAMPIG I e PAMPIG II.

Além disso, o CIRAD participa em formações regulares sobre IG organizadas com a Réseau Échanges et Développement Durables (REDD Suíça) desde 2007. A primeira edição de uma sessão de formação chamada Africa-GI foi coorganizada em francês com a OAPI em Yaoundé (2019). A primeira edição online em inglês está prevista para março de 2022.

Em julho de 2022, o CIRAD co-organizará com a FAO uma conferência internacional sobre Indicações Geográficas para pesquisadores, formuladores de políticas e profissionais em Montpellier (França).

Recentemente, o CIRAD e a AFD lançaram o 'Fundo de Apoio às Indicações Geográficas', a funcionar por um período de 4 anos a partir de 2021. O seu objetivo é fornecer às partes interessadas nos países de África, das Caraíbas e do Pacífico apoio técnico e financeiro para o desenvolvimento de IG ⁽⁶⁴⁾.

ii. REDD – Réseaux Echanges et Développement Durable

O REDD (Redes, Intercâmbios e Desenvolvimento Sustentável) foi criado em 2010 por especialistas agroeconomistas empenhados em contribuir para o desenvolvimento sustentável através de produtos alimentares de qualidade. A sua experiência e reputação internacional em rótulos e sinais de qualidade permite-lhes apoiar as administrações públicas e os produtores de diferentes países na implementação de sistemas de proteção dos produtos de origem. Recentemente, o REDD foi encarregado pelo Instituto Federal Suíço de realizar a triagem de IG no Gana e ajudar 3 diferentes partes interessadas da cadeia de valor na proteção e promoção das suas IG ⁽⁶⁵⁾.

⁽⁶⁴⁾ O mecanismo, com um financiamento de 5 milhões de EUR, apoiará «pequenos» projetos (100 000 EUR) a «médios» projetos (500 000 EUR até 1 000 000 EUR) de três formas potencialmente cumulativas:

- através de auxílios à conceção de projetos;
- através da assistência técnica ou científica, do CIRAD e dos seus parceiros;
- através de apoio financeiro direto.

Este orçamento deverá apoiar 8 a 15 projetos, por um período máximo de 36 meses. Os responsáveis pelos projetos podem ser organizações de produtores, ONG, Estados, organizações de propriedade intelectual ou instituições responsáveis pelas IG. Para mais informações, ver <https://www.facilite-ig.fr/en>

⁽⁶⁵⁾ Para mais informações sobre o REDD, consultar: <https://www.redd.pro/>

iii. **Economie, Territoires et Développement Services (ETDS)**

O ETDS (Economia, Territórios e Serviços de Desenvolvimento) é um órgão consultivo de investigação e desenvolvimento, estudo e aconselhamento criado em 2012 no Senegal. O ETDS visa contribuir para o desenvolvimento socioeconómico dos territórios do Senegal, apoiando-se na mobilização de recursos locais e na criação de alianças e redes nacionais e internacionais. A ETDS é extremamente ativa em projetos de IG apoiados por partes interessadas nacionais e internacionais. Apoiou a triagem nacional das IG no Senegal ⁽⁶⁶⁾. Por outro lado, o ETSD é a principal entidade a disponibilizar assistente técnica para apoiar a valorização do **Madd de Casamance** como IG.

iv. **Organização para uma Rede Internacional de Indicações Geográficas - OriGIn**

No cenário internacional, a Organização para uma Rede Internacional de Indicações Geográficas (oriGIn) é uma entidade que também pode fornecer informações valiosas e oportunidades de networking, apresentando sugestões e iniciativas que podem ser replicadas em diferentes geografias, fornecendo kits de ferramentas e recursos. A OriGIn está também a desenvolver uma estratégia para desenvolver «antenas nacionais ou regionais» que também podem criar oportunidades adicionais de aprendizagem e implementação de programas que possam otimizar os recursos e a eficácia das IG ⁽⁶⁷⁾.

v. **Fórum Origem para a sustentabilidade (O4S)**

A O4S é uma comunidade internacional de práticas e conhecimento sobre as interações entre diversidade cultural e biológica, e a dinâmica de territórios e produtos cuja qualidade está ligada à sua origem. O Fórum reúne um painel global de partes interessadas (participantes territoriais, académicos, decisores políticos, investigadores, etc.), todos envolvidos numa nova forma de pensar e desenvolver, onde a identidade, a origem, a qualidade e as diversidades locais são os catalisadores para um desenvolvimento territorial inclusivo.

O principal objetivo do Fórum é a co-construção e capitalização do conhecimento sobre origem, diversidade e território com a perspetiva de longo

⁽⁶⁶⁾ O ETDS é gerido por Pape Tahirou, um agroeconomista e especialista em campo de qualidade, que é também um perito em IG com vasta experiência. Para mais informações sobre o ETDS, consultar: http://etds.sn.c51.previewmysite.eu/?page_id=209

⁽⁶⁷⁾ Para mais informações sobre o OriGIn, consultar: <https://www.origin-gi.com/>

prazo de diálogo entre as partes interessadas de todas as origens e de todos os continentes ⁽⁶⁸⁾.

vi. Qualité Afrique

A Qualité Afrique (Organização para a Cooperação para a Promoção do Desenvolvimento Sustentável, das Indicações Geográficas e do Comércio Justo em África) é uma associação que visa contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas em África através da promoção das cadeias de valor agrícolas, da valorização e promoção da qualidade específica dos produtos locais e da sua certificação ⁽⁶⁹⁾. A Qualité Afrique está sediada em Lomé, Togo.

Secção 2 – Progressos substanciais nos fatores cruciais para o sucesso das IG

Os intervenientes acima referidos e as suas iniciativas geraram progressos significativos nos países africanos em termos de modernização dos quadros jurídicos e institucionais (A), identificação das IG (B), codificação da ligação entre os produtos e o seu ambiente geográfico no caderno de especificações (C) e registo das IG a nível nacional/regional (D). Embora seja possível e necessário realizar mais progressos, com um empenhamento e recursos renovados, os resultados alcançados mostram que os programas de assistência técnica nesses domínios adotaram a abordagem correta.

A. Modernização dos quadros jurídicos e institucionais

Embora há uma década apenas alguns países beneficiassem de um sistema *sui generis* de proteção das IG – incluindo os países membros da OAPI, Argélia, Jibuti e Marrocos – nos últimos anos, vários países membros da ARIPO também seguiram este caminho, nomeadamente o Botsuana, Cabo

⁽⁶⁸⁾ Para mais informações sobre a Origem para a Sustentabilidade: <https://origin-for-sustainability.org/en/the-forum/>

⁽⁶⁹⁾ O Presidente da Qualité Afrique é o Dr. Emmanuel Glé, que também é um especialista em IG do Togo com vasta experiência, nomeadamente em Riz de Kovié. Para mais informações, consultar: <http://qualite-afrique.org/>

Verde, Gana ⁽⁷⁰⁾, Maláui, Maurícia, Ruanda ⁽⁷¹⁾, Uganda ⁽⁷²⁾, São Tomé e Príncipe, Seicheles ⁽⁷³⁾, Zâmbia, Zanzibar ⁽⁷⁴⁾ e Zimbabué ⁽⁷⁵⁾. Para outros, trata-se de um trabalho em curso: Quénia, Libéria, Namíbia, Serra Leoa, Tanzânia (exceto Zanzibar) e Gâmbia.

Gráfico 2.1 Tipo de proteção⁷⁶



No caso de países fora da ARIPO e da OAPI, Angola, Burundi, República Democrática do Congo, Egito e Madagáscar adotaram recentemente sistemas *sui generis* ou estão a trabalhar na criação de um regime deste tipo.

Em resumo, existe uma clara tendência para a adoção de meios especiais de proteção das IG, o que indica uma maior consciencialização de que as IG africanas necessitam de beneficiar de uma proteção adicional, ou seja, a proteção do nome enquanto tal, por oposição à mera proteção contra a confusão do consumidor.

No entanto, subsistem ainda algumas discrepâncias no conteúdo da proteção

⁽⁷⁰⁾ Lei Geográfica 659 do Gana (2003).

⁽⁷¹⁾ Ver Lei VA n.º 31/2009.

⁽⁷²⁾ Lei das Indicações Geográficas n.º 8 de 2013 e Regulamento das Indicações Geográficas n.º 42 de 2018.

⁽⁷³⁾ Lei da Propriedade Industrial de 2014 (Lei n.º 7 de 2014).

⁽⁷⁴⁾ Lei da Propriedade Intelectual de Zanzibar n.º 4 de 2008.

⁽⁷⁵⁾ Lei das Indicações Geográficas do Zimbabué de 2001.

⁷⁶ O gráfico baseia-se em informações de abril de 2023:

Países onde não existe um sistema de registo de IG: Angola, Eritreia, Reino de Essuatíni, Líbia, República Democrática do Sara, Somália, Sudão, Sudão do Sul, Tanzânia

Sistema de registo de marcas coletivas e de certificação: Quénia, Namíbia

Sistema de registo de marcas coletivas Sistema de certificação OR: Etiópia, Gâmbia, Reino do Lesoto, Madagáscar, Serra Leoa, Libéria, Nigéria

Sistema *sui generis* de alto nível: Argélia, Benim, Botsuana, Burquina Fasso, Cabo Verde, Camarões, África Central, Chade, Comores, Congo, Costa do Marfim, Jibuti, Guiné Equatorial, Gabão, Gana, Guiné Conacri, Guiné-Bissau, Malawi, Mali, Maurítânia, Marrocos, Moçambique, Níger, São Tomé e Príncipe, Senegal, África do Sul, Togo, Tunísia, Uganda

prevista para as IG, mesmo entre países que adotaram o *sistema de proteção sui generis*.

Pequenas diferenças dizem respeito às disposições relativas à proteção das DO para além das IG, um âmbito de aplicação maior ou menor (que, por vezes, exclui o artesanato).

Existem grandes diferenças entre os países que previram um sistema *sui generis de baixo nível de proteção*, segundo o qual a legislação separada não prevê uma proteção adicional para todas as IG - restringindo-se apenas aos vinhos e bebidas espirituosas (ver gráfico 2.1). Além disso, alguns países concedem *proteção sui generis* às IG, quer estejam ou não registadas ⁽⁷⁷⁾. Por último, foram adotadas algumas *legislações sui generis*, que não estão em vigor na ausência de legislação derivada.

Se olharmos para a forma como os sistemas de IG estão estruturados dentro dos países, de um ponto de vista institucional, a peculiaridade das IG reside na sua dupla natureza como sinal de qualidade e direito de propriedade intelectual. Por conseguinte, os procedimentos de registo devem ter em conta ambos os aspetos. Alguns países africanos, como Marrocos, optaram por esta abordagem, atribuindo a um organismo público *ad hoc* – a Comissão Nacional para os Sinais Distintivos de Origem e Qualidade – a autoridade para tratar do exame dos pedidos de proteção das IG agrícolas ⁽⁷⁸⁾.

Do mesmo modo, nos países OAPI, o sistema é gerido a montante, pelos institutos nacionais de PI ⁽⁷⁹⁾ e comités técnicos consultivos - os chamados Comitês Nacionais de IG - antes de ser transmitido ao Secretariado da OAPI para exame e registo regional.

O caderno de especificações do produto é posteriormente analisado pelo Comité Nacional das IG, que é responsável pela sua revisão técnica e emitirá um parecer sobre a legitimidade de conceder a utilização exclusiva da denominação ao requerente, centrando a sua análise na relação entre as características do produto e a sua origem geográfica. Este parecer é

Sistema sui generis de baixo nível: Burundi, República Democrática do Congo, Egito, Maurícia, Ruanda, Seicheles, Zimbabué, Zâmbia

⁽⁷⁷⁾ Por exemplo, o Ruanda, no artigo 165.º da Lei n.º 31/2009, de 26.10.2009, relativa à proteção da propriedade intelectual.

⁽⁷⁸⁾ Por outro lado, as IG artesanais são administradas pelo Ministério do Artesanato.

⁽⁷⁹⁾ Na região OAPI, cada Estado-Membro dispõe de uma estrutura especial para estabelecer a ligação com a OAPI, a chamada « Structure Nationale de Liaison ».

extremamente útil para o Secretário das IG (o Secretariado da OAPI) ao emitir a sua decisão final.

A criação do Comité Nacional das IG é um compromisso de cada Estado-Membro da OAPI: «Em cada Estado-Membro, existe um comité nacional que valida as caderno de especificações do produto e assegura uma missão de coordenação e monitorização das indicações geográficas protegidas e dos grupos protegidos» (artigos 3.º e 21.º do Regulamento relativo à utilização do logótipo OAPI no IGP). Em 2021, foram criados 9 dos 17 Comités Nacionais ⁽⁸⁰⁾. Os quatro países que até agora beneficiaram do projeto PAMPIG (Benim, Camarões, Costa do Marfim e Guiné) têm todos um Comité Nacional, com orçamentos para os seus custos de funcionamento. Nos Camarões, o Ministério da Agricultura (MINADER) disponibilizou um orçamento de cerca de XOF 60 milhões ⁽⁸¹⁾ (dados não oficiais), e no Benim o orçamento inicial foi de XOF 150 milhões ⁽⁸²⁾. Apesar da dificuldade, por vezes, observada na libertação destes fundos, a existência destes comités e a concessão de um orçamento é um sinal da natureza operacional do sistema em alguns Estados da OAPI.

⁽⁸⁰⁾ Michel Gonomy,
Chargé du Programme des indications géographiques à l'Organisation
Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI), Aspects institutionnels concernant l'administration
des indications géographiques dans l'espace OAPI.

⁽⁸¹⁾ 60 milhões de XAF equivalem a cerca de 90 000 euros.

⁽⁸²⁾ XOF 150 milhões equivalem a cerca de 225 000 euros.

B. Identificação das IG

As IG ligam pessoas, lugares e produtos ⁽⁸³⁾. A identificação de uma IG depende da formalização dessas interações, que são incorporadas pelos conceitos de «qualidade», «reputação» e «outras características». Nos últimos anos, estes elementos fundamentais da definição foram clarificados entre as partes interessadas nos países africanos (a). Subsequentemente, foram elaboradas listas nacionais de IG diretamente pelos intervenientes locais (b) ou com o apoio direto de projetos de assistência técnica (c).

a) Clarificação dos conceitos de «qualidade», «reputação» e «outras características»

Embora as IG, geralmente, preexistam no reconhecimento por parte da lei e das instituições, a sua identificação como tal está no cerne do processo. Não há muito tempo, esta fase crítica foi levada a cabo sem que se tivesse apreendido a própria noção de «indicação geográfica». Portanto, os esforços de identificação foram, na sua maioria, descritivos da história do produto e do seu processo de produção, mas trouxeram pouca visão sobre a qualidade, reputação e outras características ligadas à origem do produto.

Ao definir uma IG como um sinal que identifica um produto com qualidade, reputação e outras características especificamente ligadas à origem, o Acordo TRIPS permaneceu confuso quanto ao conteúdo exato de «qualidade», «reputação» e «quaisquer outras características» que qualificam uma IG. Desde então, esta supervisão foi corrigida e foram concluídos estudos que corroboram os conceitos de «qualidade», «reputação» e «outras características», que contribuíram para aumentar os inventários das IG nos países africanos ⁽⁸⁴⁾.

⁽⁸³⁾ Guia da FAO. *Linking people, places and products, a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications (Ligar pessoas, lugares e produtos), um guia para a promoção da qualidade ligada à origem geográfica e às indicações geográficas sustentáveis*, 2009, <http://www.fao.org/3/i1760e/i1760e00.htm>

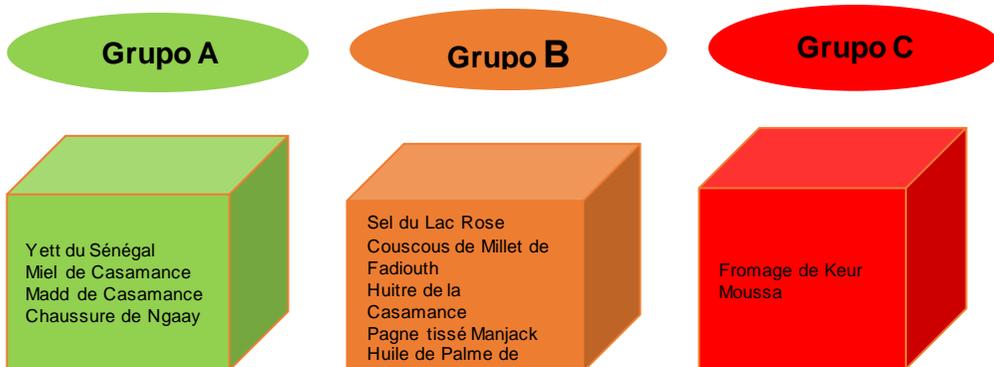
⁽⁸⁴⁾ AFD, Savoir communs N°9, Indications Géographiques : qualité des produits, environnement et cultures, <https://www.afd.fr/fr/ressources/savoirs-communs-ndeg9-les-indications-geographiques>

b) Metodologias para inventários

i. A seleção das "IG preliminares" nos países OAPI: o exemplo da Costa do Marfim e do Senegal

Em 2010, o Instrumento Trade.com encomendou um relatório preliminar sobre o potencial das IG na Costa do Marfim ⁽⁸⁵⁾. Com base nesta experiência, a FAO produziu um relatório semelhante para as IG senegalesas em 2019. A lógica destes relatórios é a de identificar potenciais produtos, com base numa metodologia predefinida, e classificá-los de acordo com a sua prontidão para o esquema de IG. Baseada principalmente na literatura existente e nos contactos no terreno, esta abordagem centra-se nos nomes, nos fatores naturais e humanos, assim como em qualquer outra característica específica que ligue estes produtos à sua origem, à existência de organizações coletivas e a mercados potenciais.

Caixa 2.1 Classificação das IG senegalesas pré-identificadas, 2018



Os produtos selecionados como potenciais IG foram selecionados utilizando uma «ficha informativa» ou «ficha de produto». Cada ficha de produto inclui as seguintes rubricas: «Nome do produto», «Nome tradicional do produto (se aplicável)», «Tipo de produto», «Zonas geográficas de produção», «Relação qualidade-origem», («Fatores naturais», «Fatores humanos», «Reputação», «Outras características, se aplicável»), «Utilização de um logótipo, marca registada e/ou outros rótulos promocionais», «Organização coletiva», «Mercados», «Existência de uma norma de qualidade genérica a nível nacional para o produto em causa», «Impactos sociais/ambientais». Por vezes, foi acrescentada uma rubrica «Outras informações» para dar

⁽⁸⁵⁾ Monique Bagal, Massimo Vittori, *Preliminary report on the potential for geographical indications in Cote d'Ivoire and the Relevant Legal Framework*, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/country%20paper_cte%20divoire_origin1.pdf

informações sobre a potencial facilitação técnica proporcionada por partes interessadas públicas ou privadas. Cada rubrica recebe uma nota de 1 a 3 e os produtos com mais pontos são considerados «IG campeãs» (a verde na caixa 2.1) ⁽⁸⁶⁾.

ii. A seleção de «IG campeãs» nos países ARIPO

Ao contrário da zona OAPI, a zona ARIPO encontra-se numa fase inicial do desenvolvimento das IG, tanto a nível institucional como a nível dos produtores ⁽⁸⁷⁾.

No entanto, foram observadas recentemente iniciativas de triagem nesta região.

Através de projetos implementados pelo Instituto Federal Suíço de Propriedade Intelectual no Gana (2016-2019) ⁽⁸⁸⁾, a metodologia aplicada para a seleção consistiu em três etapas:

- 1º PASSO** identificação das IG existentes – lista extensa (mas não exaustiva) de produtos com IG;
- 2º PASSO** seleção das 10 IG mais promissoras, com equilíbrio entre o norte e o sul do país.
- 3º PASSO** proposta de uma lista restrita de cinco ou seis IG que o projeto poderia apoiar.

Como resultado, **a manteiga de karité do Gana** para fins cosméticos e **as cestas de Bolga** (IG não agrícolas) foram recomendadas como IG campeãs.

Mais tarde, no âmbito do seu apoio ao desenvolvimento e à proteção das IG, o EUIPO realizou uma análise dos potenciais produtos com IG nos países ARIPO.

O relatório fornece uma classificação de 10 produtos potenciais em diferentes países da ARIPO com base em consultas à distância com partes interessadas

⁽⁸⁶⁾ Pape Tahirou, Monique Bagal, Sibylle Slaterry, *Rapport sur les IG au Sénégal*, http://etds.sn.c51.previewmysite.eu/wp-content/uploads/2021/05/Etude-potentielles-IG-au-Senegal_Bagal-Kanoute.pdf

⁽⁸⁷⁾ EUIPO, Catherine Teyssier, *Support to the development and protection of geographical indications in view of an future EU-funded project in Africa - Screening of potential geographical indication products within the ARIPO area* (junho de 2019).

⁽⁸⁸⁾ Ver, Projeto de Propriedade Intelectual Suíça-Gana, Fase II (SGIP II), JANEIRO 2016 – dezembro 2019: https://www.ige.ch/en/law-and-policy/development-cooperation/current-projects/ghanahttps://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/recht/entwicklungszusammenarbeit/factsheet_ghana.pdf

nacionais e informações on-line ⁽⁸⁹⁾. De acordo com este relatório, os campeões em ARIPO no momento são: **Anlo shallots** de Gana, **Kisii soapstone** do Quênia, **Gisovu Tea**, **Kenema Kolanut** (Serra Leoa) e **Cabrito de Tete** (Moçambique).

iii. A seleção dos campeões pela AfrIPI

Com o objetivo de apoiar IG-piloto, o projeto AfrIPI elaborou um conjunto de critérios para selecionar produtos de origem africana no início do projeto. Dentro dos elementos clássicos de definição de uma IG, uma importância peculiar é concedida à reputação associada à IG selecionada. Por conseguinte, é dada prioridade às IG que tenham uma reputação estabelecida.

Além disso, entre os fatores de sucesso das IG (organização coletiva e existência de mercados), o impacto que o produto como IG teria na sustentabilidade também é avaliado em qualquer uma das suas três dimensões:

- **Ambiental:** relacionado com o impacto da abordagem das IG no ambiente. A abordagem das IG deve ser compatível ou mesmo visar objetivos de preservação ambiental. **E/ou**
- **Social:** relacionado com o potencial da abordagem das IG na comunidade envolvida, ou seja, em termos de emancipação, equidade, coesão social, melhoria do sentimento de pertença. **E/ou**
- **Económica:** relacionada com a capacidade do regime de IG para permitir uma melhoria significativa da comercialização e do preço do produto.

Sobre o último critério, o potencial de uma IG identificada para alcançar o resultado 4 (abordagens inovadoras para o desenvolvimento do mercado de IG) é considerado na política de apoio ⁽⁹⁰⁾.

iv. A ferramenta Web da FAO

A ferramenta de identificação «Qualidade e Origem» da FAO destina-se a facilitar a identificação da ligação entre um produto e a sua origem geográfica, e as diferentes fases necessárias para desenvolver um processo de IG e entrar

⁽⁸⁹⁾ EUIPO, Catherine Teyssier, *Support to the development and protection of geographical indications in view of an Upcoming EU-funded project in Africa – Screening of the potential geographical Indication products within the ARIPO*, junho de 2019.

⁽⁹⁰⁾ Resultado 4: O desenvolvimento do mercado dos produtos com IG é incentivado através de abordagens inovadoras nos mercados locais, no comércio regional entre as CER e nos mercados de exportação (especialmente na UE, uma vez que as IG são um instrumento de mercado estabelecido na UE).

no círculo virtuoso da qualidade. A ferramenta de identificação é uma ferramenta online-offline que pode ajudar a:

- identificar se um produto tem uma qualidade ligada à sua origem geográfica (questionário 1: identificação) ⁽⁹¹⁾.
- facilitar a compreensão de todos os fatores que devem ser considerados para desenvolver um processo IG e entrar no círculo virtuoso (questionários 2 e 3) ⁽⁹²⁾.

A metodologia proposta tem dois níveis (ver figura abaixo): o primeiro engloba as principais etapas da elaboração de um inventário como parte de uma estratégia geral (setas azuis); A segunda engloba as análises a realizar relativamente a um produto em causa (setas amarelas). Estes dois níveis também correspondem a dois possíveis pontos de entrada, dependendo do utilizador.

Esta metodologia foi testada pela primeira vez na região de Kindia, na Guiné, e levou a um inventário de produtos da região, cuja qualidade estava ligada à sua origem. No total, foram identificados 13 produtos como tendo uma forte ligação ao território ⁽⁹³⁾. A metodologia da ferramenta Web é ainda utilizada pelos responsáveis pela implementação de projetos em África. Partes interessadas em vários países, incluindo Benim, Burkina Fasso, Costa do Marfim, Guiné, Senegal e Gâmbia, revelaram que esta metodologia tem sido útil para identificar o potencial da IG ou o contrário em alguns casos. É necessário um conhecimento aprofundado do produto para fornecer respostas completas. A pessoa que preenche os questionários (o utilizador) deve reunir toda a informação necessária relativa ao produto e, para isso, deve conhecê-lo bem e ser capaz de recolher facilmente informações junto das partes interessadas locais e, se necessário, de especialistas.

⁽⁹¹⁾ Cópias autenticadas do questionário 1 sobre a identificação de IG podem ser consultadas em inglês em: http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Questionnaire_1_-EN.pdf
O questionário está a ser visto e uma nova versão estará disponível em breve no site do Programa Qualidade e Origem. <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/background/what-is-it/fr/>

⁽⁹²⁾ As cópias electrónicas dos questionários 2 e 3 sobre a identificação das IG podem ser consultadas em francês em: http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Questionnaire2_FR.pdf E
http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Questionnaire3_FR.pdf
http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Questionnaire3_FR.pdf
O questionário está a ser revisto e uma nova versão estará disponível em breve no site do Programa Qualidade e Origem: <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/background/what-is-it/fr/>

⁽⁹³⁾ Os produtos foram: xarope de Kantigny, Pamelap tenis, arroz Wonkifong, sal de Coyah, quiabo de Kaali, bananas e abacates de Samaya, ananases de Mafèrinya, ananases de Friguiagbé, mangas de Komoya e quandu, malaguetas e laranjas de Benna.

C. Primeiros esforços para a elaboração de cadernos de especificações sólidas do produto

Uma vez identificadas as IG potenciais, o passo seguinte consiste em codificar as regras que tornam um produto único no seu meio geográfico. O caderno de especificações é o documento-chave para alcançar este objetivo. Embora os requisitos do caderno de especificações possam ser diferentes de uma jurisdição para outra, procuram sempre demonstrar uma ligação genuína entre o produto e o seu território de produção. No entanto, a ideia é convencer o registador e tornar o uso exclusivo do nome aceitável para a sociedade. Por conseguinte, uma mera alusão à especificidade do produto pode revelar-se insuficiente. Algumas atividades apoiam a elaboração de caderno de especificações sólidas do produto.

a) Estudos abrangentes

Ao longo dos últimos anos, estudos abrangentes de académicos e instituições de investigação agronómica em países africanos analisaram estas ligações. As suas conclusões foram úteis nos esforços das partes interessadas para apresentarem cadernos de especificações sólidas dos produtos.

Em 2012, o estudo sobre a **Echalotes de Dogon** no Mali ⁽⁹⁴⁾ destacou os recursos locais envolvidos na obtenção do produto (paisagem, espécies vegetais), o clima, o tipo de solo, os atores e, finalmente, os pontos fracos do setor sobre o registo de IG.

O estudo da FAO sobre a «Relevância de uma Indicação Geográfica para o Sel do Lac Rose (Senegal) centrou-se no reforço da ação coletiva e da coordenação das partes interessadas, na melhoria da qualidade, na sensibilização dos consumidores e no reconhecimento e credibilidade do sistema de monitorização e rastreabilidade do produto ⁽⁹⁵⁾. Forneceu informações preliminares sobre os elementos para provar a relação entre qualidade e origem.

Outros estudos da FAO centraram-se na codificação da relação entre qualidade e origem para **Miel de Casamance** ⁽⁹⁶⁾ Senegal), **Violet de Galmi**

⁽⁹⁴⁾ FAO, *La démarche de qualité liée à l'origine de l'échalote du pays Dogon au Mali*, 2 de janeiro de 2012, <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433639/>

⁽⁹⁵⁾ FAO, *Relevance of a Geographical Indication for Salt from Senegal's Pink Lake*, 19 de abril de 2018, <http://www.fao.org/3/a-i7938f.pdf>

⁽⁹⁶⁾ FAO, *The Quality Approach Linked to the Origin of Casamance, Senegal*, 3 de janeiro de 2012, <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433640/>

(Níger) ⁽⁹⁷⁾ e **Madd de Casamance** (Senegal) ⁽⁹⁸⁾. Pesquisas de doutorado no Níger (**Violet de Galmi**), Togo (**Riz de Kovié** ⁽⁹⁹⁾) e Costa do Marfim (**Attiké de Grand-Lahou** ⁽¹⁰⁰⁾) também merecem destaque.

Na ausência de estudos aprofundados, têm sido também utilizados no continente painéis de degustação para caracterizar a IG.

b) Painéis de degustação

No âmbito do PAMPIG I (2010-2013), organizaram-se painéis de degustação para identificar e qualificar o Café Ziama-Macenta (Guiné-Conacri), maioritariamente levados a cabo pelo Instituto de Investigação Agrícola da Guiné.

Em 23 de novembro de 2020, Moçambique registou oficialmente a **IG Cabrito de Tete**, – uma raça caprina local da província de Tete, em Moçambique, a primeira no âmbito da ARIPO. Criou-se um painel de degustação para apoiar a elaboração das cadernos especificações do produto. O painel de degustação era composto por 29 participantes: criadores, comerciantes, técnicos, produtores de carne de cabra e consumidores residentes em Tete. Entre os 29 participantes do teste, um total de 15 foram capazes de identificar o número correto de amostras entre três placas diferentes. Isto significa que conseguiram afirmar, com uma margem de erro inferior a 5% (ou seja, um nível de confiança superior a 95%), que os consumidores percebem a diferença entre Cabrito de Tete e cabrito de Angónia ⁽¹⁰¹⁾.

D. Registo das IG a nível nacional/regional e a sua aplicação

Como resultado das melhorias mencionadas nos parágrafos anteriores, o número de IG registadas nos países africanos aumentou ao longo dos anos ao abrigo de ambos os sistemas.

(⁹⁷) FAO, Galmi Violet, 2011: <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433498/>

⁽⁹⁸⁾ Léa Bermond, *Etude ex ante de la création d'une IG sur le madd (Saba senegalensis) dans la région naturelle de Casamance au Sénégal*, 2017.

⁽⁹⁹⁾ Glé Koffi Emmanuel, *Qualification of Local Agricultural Products and Geographical Indications in West Africa: The Case of Kovia Rice in Togo*, 2010 (Universidade de Rennes).

⁽¹⁰⁰⁾ Ver: Swiss Centre for Scientific Research, *Geographical Indicator (GI) for Ivorian local products: Increasing the socio-economic and cultural impact of Attiké in Côte d'Ivoire*, 7 de janeiro de 2016, https://www.csr.ch/detail_articles.php?idArt=12

⁽¹⁰¹⁾ Ver Denis Sautier, *O Cabrito de Tete Fase 2 – Teste de degustação e formação de um Agrupamento, Relatório da missão realizada de 29 Novembro a 8 Dezembro de 2017*, <https://agritrop.cirad.fr/590321/1/2017%20Mo%C3%A7ambique%20a%20fase%20Indica%C3%A7%C3%A3o%20Geografica%20Cabrito%20de%20Tete%2012%202017%20D%20Sautier%20OMPI.pdf>

Atualmente, existem cerca de 190 IG ⁽¹⁰²⁾ protegidas no continente africano, quer num sistema *sui generis*, quer como marcas coletivas ou de certificação.

As práticas recomendadas documentadas incluem:

- A introdução de um guia de aplicação para melhorar a compreensão do procedimento de registo OAPI
- A introdução de um manual de procedimentos para os examinadores da Comissão Nacional das IG ⁽¹⁰³⁾
- A existência de um registo A criação de logótipos nacionais para as IG registadas, a fim de facilitar o reconhecimento das IG registadas

Caixa 2.2 Exemplos de IG registadas em África, 2021

PAÍSES	<i>Sistema sui generis</i>	Marcas coletivas ou marcas de certificação	Proteção internacional
Argélia	Ain-besem-bouira Bouhezza Coteaux de Mascara Coteaux de Tlemcen Coteaux du Zaccar Dahra Datte «Deglet Nour» de Tolga Figue sèche de Beni Maouche Médéa Monts du Tessala		Ain-besem-bouira Coteaux de Mascara Dahra Coteaux du Zaccar Coteaux de Tlemcen Médéa Monts du Tessala <i>Registado através do Acordo de Lisboa</i>
Benim	Ananas Pin de sucre du Plateau d'Allada		
Burquina Fasso	Chapeau de Saponé	Faso Dan Fani	
Cabo Verde	Chã das caldeiras – vinho do Fogo		
Camarões	Poivre de Penja Miel blanc d'Oku		Poivre de Penja está agora protegida pelo Regulamento (UE) n.º 1151/2012

⁽¹⁰²⁾ Em 2020, a base de dados de origem das IG reportou 186 registadas em África. Para mais informações, consultar: <https://www.origin-gi.com/i-gi-origin-worldwide-gi-compilation-uk.html>

⁽¹⁰³⁾ FAO- Ministère de l'Agriculture et de la Pêche du Royaume du Maroc, *Manuel de Procédures pour la Commission Nationale des Signes Distinctifs d'Origine et de Qualité*, fevereiro de 2010.

Costa do Marfim	Attiéké des Lagunes Pagne Baoulé	Pagne Baoulé Toiles de Korogho	
Egito	Uvas pretas de Baranni Azeitonas Matrouh Figos de Matrouh	Algodão egípcio	O logótipo Algodão Egípcio é protegido internacionalmente através do Protocolo de Madrid relativo ao registo internacional de marcas (registo de Madrid n.º 756059)
Etiópia		Harar Yirgacheffe Sidamo	
Guiné	Café Ziama-Macenta	Belle de Guinée Riz Bora Molé	
Quénia		Coffee Kenya, So rich, so Kenyan The Finest Kenyan tea Taita Baskets	
Mali	Echalotes de Bandiagara		
Marrocos	Argane Huile d'olive Tyout Chiadma Açafrão Taliouine Majhoul data de Tafilalet Clémentine de Berkane Granada Sefri Ouled Abdellah Carne Cordeiro Abençoado Guil Rosa Kelât M'gouna Dades Pera espinhosa de Ait Baamrane		

	<p>Queijo de cabra Chefchaouen Mille d'Euphorbe Tadla Azilal Amêndoa Taфраout Datas Pateta Aziza Bouzid data de Figuig Pomme de Midelt Nèfles de Zegzel Datas Bouittob de Tata Miel d'Arbousier Jbal Meu Abdessalam Central Khoumassi ou Central Moukhamess Ouezzane Azeite Virgem Extra com Nozes Azilal Cão Safi Jihel Datas de Draa Aghmat Aylane Azeite Virgem Extra Óleo Essencial de Lavandin da Uva Oulmès Doukkali Amêndoas de rif Henna, Ait Ouabelli Figo seco Nabout de Taounate Lente Zaer Mel de Euforbia do Saara Huile d'olive Outat El Haj Tafersite Azeite Coing Oued El Maleh Folhas secas de alecrim oriental Óleo Essencial de Alecrim Oriental Henna, Foum Zguid Cominho Beldi de Rhamna Amellago Ammandes – Assoul Figue de Barbarie Dellahia d'Al-Hoceima Amaday D'Aknoul Azeite Sefrou Leite de camelo do Saara Mel Zendaz do Maciço Bouiblanc Azeite Zerhoune</p>		
--	--	--	--

	<p>Azeite Ait Attab Mel de Tomilho de Souss Massa Datas Utukdim de Toudgha Tinghir Lemta Fés Azeite Mel de Euphorbia de Souss Massa Mel de Alecrim Oriental Black Bousthammi Datas de Draa Piment Fort Zenatya Azeite Amizmiz Dir Beni Mellal Azeite Água de rosas de Kelaat M'gouna-Dadés Cordeiro de Bejaad Assiane data de Figuig Figue Ouled Frej Azeite Ziz Guir Atlas Walnuts Haouz Marraquexe Haouz Maçã Ifrane Maçã Abricot de Midelt Atlas Kid Henna da Bacia do Maider Tadiynit Nador Azeite</p>		
Moçambique	Cabrito de Tete		
Níger	<p>Violet de Galmi Kilichi du Niger</p>	<p>Violeta de Galmi Peau rousse de la chèvre de Maradi Tchoukou du, Níger</p>	
São Tomé e Príncipe	Cacau de São Tomé		

<p>África do Sul</p>	<p>Backsberg Bambus Baía (Bamboo Bay) Boberg Bonnievale Rio Bot Bottelário Vale do Rio Breede (Vale do Rio Breede) Breedekloof Calitzdorp Cabo das Agulhas (Kaap Agulhas) Cabo Costa Sul / Kaap Suidkus Cederberg Rio Central Orange / Sentraal Oranjerivie Ceres Montanha Citrusdal / Citrusdalberg Citrusdal Valley / Região Costeira Citrusdalvallei / Kustreek Constantia Querida Vale de Devon Rooibos Carne Karoo de origem Arbusto de mel</p>		<p>106 IG foram protegidas através de um acordo com a UE ((SADC-UE EPA), incluindo Rooibos.</p> <p>Por outro lado, o Rooibos foi recentemente protegido diretamente através do regulamento da UE 1151/2012 (julho de 2021).</p>
<p>Tunísia</p>	<p>Figues Deglet Coteaux d’Utique Coteaux de Tebourba Dattes Deglet Nour de Nefzaoua Deglet Ennour Tunisienne Figues de Djebba Grand Cru Mornag Grenade de Gabès Huile de lentisque Kroumirie Mogod Huile d’olive de Monastir Huile d’olive de Teboursouk Miel de Kroumirie Mogod Menthe « El Ferch » Mornag Muscat de Thibar Pomme de Sbiba Sidi</p>		<p>Figos Djebba</p> <p><i>Registado através do Acordo de Lisboa</i></p>
<p>Uganda</p>	<p>Café Ravenjori</p>	<p>Mukono vanilla</p>	

No entanto, o registo das IG em África está ainda numa fase inicial: na ausência de medidas para eliminar a fraude, ou nos casos em que as IG existentes não estão a funcionar como previsto, os operadores dentro ou fora do terreno podem beneficiar injustamente da reputação adquirida das IG registadas ⁽¹⁰⁴⁾, oferecendo simultaneamente um produto de qualidade inferior. Por outro lado, o registo das IG a nível nacional ou regional nem sempre aborda as formas criativas utilizadas pelos «free riders» para beneficiarem da reputação das IG autênticas.

Seguem-se alguns exemplos de infrações às IG africanas para demonstrar os limites das atuais medidas de execução disponíveis e salientar a necessidade de medidas adicionais para proteger eficazmente as IG africanas.



Autêntico Egyptian Cotton TM



Evocação de «Egyptian cotton» na sua forma traduzida num produto diferente do produto utilizado na aplicação (perfume).

⁽¹⁰⁴⁾ <https://www.fao.org/3/l8737EN/l8737en.pdf>

Imagem de uma utilização fraudulenta de uma IG registrada (105).



Evocação de Poivre de Penja como ingrediente de outros produtos.

Poivre de Penja-
DUCROS:
IG ou não IG?



Utilização do nome poivre de Penja com deslocalizadores: «Poivre blanc type Penja Cameroun» (106).

Outro problema prende-se com o facto de várias IG africanas serem produtos de base, como a venda de café e cacau. Embora uma IG esteja registada no país de origem, os titulares de IG não podem controlar a forma como os seus nomes registados são utilizados pelos fabricantes no estrangeiro. Acontece que os nomes do cacau e especialmente do café são utilizados no estrangeiro como meras

indicações de proveniência, ao mesmo tempo que são objeto de verdadeiras IG registradas a nível nacional. Em que medida a utilização destas denominações desta forma constitui um engano para o consumidor e/ou um dano ou diluição da reputação do produto? (107).



(105) Crédito da foto: Claude Metomo.

(106) Crédito da foto: Monique Bagal.

(107) Tal como a redação do artigo 11-1, alínea a), ii), do Ato de Genebra sugere: «[...] cada Parte Contratante deve prever os meios jurídicos para impedir: a utilização da denominação de origem ou da indicação geográfica [...] ii) relativamente a produtos que não sejam da mesma natureza daqueles a que se aplica a denominação de origem ou indicação geográfica, ou serviços, se

Mesmo quando as denominações são registadas como marcas de certificação e podem ser objeto de licenças, o poder de negociação dos produtores é reduzido, tornando impossível quantificar o valor. Por outras palavras, pode dizer-se que, no caso do café (e do cacau), são necessários esforços estratégicos «adicionais» para obter um preço premium mesmo após o registo da IG. Isto é corroborado pelo facto de que o mercado tem exigido café e cacau mais sustentáveis. Por conseguinte, os principais torrefatores de café e casas de chocolate estabeleceram o objetivo de aumentar as vendas globais de café sustentável de 8% para 25% até 2015 ⁽¹⁰⁸⁾. Esta meta ambiciosa estimulou os produtores a investirem em rótulos UTZ, Rainforest e 4C, por vezes, em detrimento da aplicação das regras de IG. Existe o receio de que as denominações associadas às zonas produtoras de café e de cacau acabem por ser consideradas genéricas ou possam ser abrangidas pelo regime de salvaguardas de marcas anteriores registadas ou utilizadas por industriais.



Logótipo da marca de certificação
Coffee Kenya: «So rich, so
Kenyan»



Utilização da
denominação «Kenya»
no café como indicação
de proveniência

essa utilização indicar ou sugerir uma ligação entre esses produtos ou serviços e os beneficiários da denominação de origem ou da indicação geográfica e for suscetível de prejudicar os seus interesses, ou, se for caso disso, devido à reputação da denominação de origem ou da indicação geográfica na parte contratante em causa, essa utilização for suscetível de prejudicar ou diluir de forma abusiva, ou tirar partido indevido dessa reputação; [...]

⁽¹⁰⁸⁾ Mais informações sobre esta tendência podem ser encontradas em vários artigos, incluindo o seguinte: Notícias sobre alimentos sustentáveis, Sustainable food news, Can certified-sustainable coffee reach 25% of global trade by 2015? <https://sustainablefoodnews.com/can-certified-sustainable-coffee-reach-25-of-global-trade-by-2015/>

O Ato de Genebra – que moderniza o Acordo de Lisboa ⁽¹⁰⁹⁾ – pode ser uma forma de os países africanos protegerem eficazmente as suas IG, especialmente contra a utilização dos seus nomes em produtos diferentes ou contra utilizações que equivalem a uma «imitação» das IG registadas ⁽¹¹⁰⁾.

Ato de Genebra

- Introduziu as IG no âmbito de aplicação do Tratado (artigo 2.º), anteriormente limitado às DO.
- Proporcionou um nível sólido de proteção (reforçado em comparação com o Acordo de Lisboa) tanto para as IG como para as DO (artigo 11.º). A proteção das denominações estende-se agora à sua utilização em produtos que não sejam do mesmo tipo daqueles a que se aplica a DO ou a IG, assim como a serviços, desde que essa utilização prejudique ou dilua de forma abusiva ou tire partido indevido da reputação de uma DO ou IG.
- Manteve-se o princípio de um pedido único para uma DO ou IG – feito através da OMPI – após o qual as partes contratantes têm 1 ano para analisar e decidir se prorrogam ou recusam a proteção nas suas jurisdições (artigo 5.º).
- Clarificação das relações com os direitos anteriores conferidos pelas marcas, em conformidade com as normas e a jurisprudência internacionais (artigo 13.º).
- Deu a possibilidade a organizações intergovernamentais, como a OAPI, de se tornarem partes contratantes em determinadas condições [artigo 28.º, n.º 1, alínea iii)].
- Introduziu uma maior flexibilidade em termos de depósito de pedidos (os grupos e os beneficiários podem agora apresentar um pedido internacional em determinadas circunstâncias, artigo 5.º, n.º 3) e de taxas, o que torna o Ato de Genebra um tratado atrativo para uma variedade de sistemas jurídicos e tradições.

Em outubro de 2023, o Ato de Genebra tem 20 partes contratantes (Albânia, Cabo Verde, Camboja, República Checa, Costa do Marfim, República

⁽¹⁰⁹⁾ O Acordo de Lisboa foi recentemente modernizado. Existem atualmente 30 Estados que são partes no Acordo de Lisboa: Albânia, Argélia, Bósnia e Herzegovina, Bulgária, Burquina Fasso, Costa Rica, Cuba, República Checa, República Democrática do Congo, República Dominicana, França, Gabão, Geórgia, Haiti, Hungria, Irão, Israel, Itália, México, Moldávia, Montenegro, Nicarágua, República Popular Democrática da Coreia, Macedónia do Norte, Peru, Portugal, Sérvia, Eslováquia, Togo e Tunísia.

Após 6 anos de discussões no Grupo de Trabalho sobre o desenvolvimento do Sistema de Lisboa, em 2015, foi adotado o Ato de Genebra do Acordo de Lisboa sobre as Denominações de Origem e as Indicações Geográficas.

⁽¹¹⁰⁾ Ver artigo 11.º do Ato de Genebra relativo às denominações de origem e indicações geográficas.

Popular Democrática da Coreia, União Europeia, França, Gana, Hungria, República Democrática Popular do Laos, OAPI, Omã, Peru, Federação da Rússia, Samoa, São Tomé e Príncipe, Senegal, Suíça, Tunísia).

A lei entrou em vigor em 26 de fevereiro de 2020.

O Sistema de Lisboa é uma solução prática e eficaz em termos de custos para o registo internacional e a proteção das denominações de origem (DO) e das indicações geográficas (IG), oferecendo proteção em 43 Partes Contratantes, abrangendo até 72 países, através de um procedimento de registo único e de um conjunto de taxas⁽¹¹⁾.

Secção 3 – Progresso limitado em domínios cruciais para o êxito das IG

Os progressos acima descritos não significam que não seja necessário envidar esforços adicionais nestas áreas, mas sim que as partes interessadas nacionais e internacionais podem tirar partido do mesmo para continuar a desenvolver o setor das IG em África.

Por outro lado, a presente secção analisará as melhorias limitadas introduzidas em dois domínios cruciais para o êxito das IG: a criação de organizações de produtores funcionais (A) e a criação de mecanismos de controlo transparentes das cadernos de especificações dos produtos (B). Nestas áreas, o número limitado de exemplos disponíveis em África mostra que uma mudança de estratégia e paradigma deverá ser adotada pelas partes interessadas nacionais e pelos projetos de assistência técnica.

A. Organizações de produtores

As IG são o resultado de um esforço coletivo. Por conseguinte, as organizações de produtores desempenham um papel fundamental não só antes de uma IG ser reconhecida (na elaboração do caderno de especificações, por exemplo), mas também após a conclusão do processo de registo, por exemplo, através da realização de atividades promocionais e de proteção jurídica, assim como da oferta de uma plataforma para tratar as

⁽¹¹⁾ <https://www.wipo.int/lisbon/en/>

questões que possam surgir entre as partes interessadas de uma determinada cadeia de valor.

Os textos jurídicos dos países africanos têm tornado cada vez mais obrigatória a constituição pelos produtores de uma organização coletiva⁽¹¹²⁾. Nos países OAPI, por exemplo, as organizações de produtores devem ser representativas dos produtores envolvidos em cada IG. No entanto, apenas algumas destas organizações estão atualmente operacionais e apenas algumas conseguiram definir regras internas para a tomada de decisões (ii). Por último, um número limitado está em condições de oferecer serviços aos seus membros (iii).

a) A obrigação de representação

A título de exemplo, o caderno de especificações da Poivre de Penja registada na OAPI refere: "*A requerente é uma associação **representativa** dos players da indústria da Poivre de Penja. Reúne grandes produtores (categoria I), pequenos produtores (categoria II), comerciantes, transformadores e viveiristas. [...] Este grupo, que reúne a maioria dos **atores identificados** (grandes e pequenos produtores), transformadores, comerciantes, viveiristas, tem como objetivo iniciar e assegurar o controlo da indicação geográfica Poivre de Penja*" ⁽¹¹³⁾.

Além disso, o caderno de encargos indica que a IG «*permanece acessível a todas as pessoas singulares ou coletivas, com exceção dos membros fundadores, que cumpram as condições e o procedimento de admissão previstos no regulamento interno e que cumpram as especificações estabelecidas para a utilização da denominação Poivre de Penja*» ⁽¹¹⁴⁾. Ou seja, os produtores que desejem participar podem fazê-lo se respeitarem as caderno de especificações do produto. Por outras palavras, a legislação incentiva o grupo coletivo a envolver gradualmente os produtores que não foram identificados ou que não se mostraram interessados no início do processo.

Em contrapartida, cada operador deve assinar um compromisso no sentido de respeitar as caderno de especificações e de ser inspecionado aleatoriamente. Após o envolvimento do operador, a organização coletiva compromete-se a fornecer ao membro uma cópia do seu contrato, os estatutos, especificações

⁽¹¹²⁾ Isto é verdade para a maioria dos países que aplicam um *sistema sui generis*.

⁽¹¹³⁾ Agro-PME, Florent NKOUASSEU, Cahier des charges de l'IG Poivre de Penja, julho de 2012, p.3

⁽¹¹⁴⁾ Agro-PME, Florent NKOUASSEU, Cahier des charges de l'IG Poivre de Penja, julho de 2012, p.4

e plano de controlo da associação ⁽¹¹⁵⁾. Por conseguinte, embora ainda exista alguma margem de progresso ⁽¹¹⁶⁾, a legislação OAPI abre uma margem real para a promoção da governação democrática.

No âmbito da ARIPO, o Uganda inscreveu na sua lei das IG a obrigação de o grupo de produtores ser representativo. O artigo 8.º da Lei das Indicações Geográficas dispõe: «(3) *Têm o direito de apresentar um pedido de registo de uma indicação geográfica: a) uma pessoa coletiva que exerça uma atividade na qualidade de produtores, agricultores, artesãos ou, consoante o caso, na área geográfica especificada no pedido, no que diz respeito ao produto especificado no pedido; b) Um agrupamento de produtores representativos; ou c) No que respeita a uma indicação de carácter nacional, qualquer autoridade competente prevista nos regulamentos*» [...] ⁽¹¹⁷⁾.

b) A definição de regras internas no seio da organização coletiva

O regulamento interno da OAPI para o registo de IG ⁽¹¹⁸⁾ prevê que o grupo ou associação que solicita o registo de uma IG seja formalmente constituído. Devem ser colocadas cópias desta constituição formal no formulário de candidatura. As comunicações com a OAPI requerem a indicação de uma morada e de um número de contacto.

O nível de formalização exige a constituição de estatutos e, supostamente, a definição de regras internas para a tomada de decisão no seio da organização coletiva de IG (transparência das informações, modalidades de voto, requisitos de maioria).

A Association de Défense du **Café Zياما Macenta** (ADECAM), criada com o apoio da «Maison Guinéenne de l'Entrepreneur» ⁽¹¹⁹⁾, é um exemplo interessante. Os órgãos da ADECAM são a Assembleia Geral, que é o órgão supremo de decisão da organização do ator; o Conselho de Administração é o órgão para proposta e execução das decisões da Assembleia Geral, coadjuvado por uma unidade técnica interna; o Comité de Fiscalização é o órgão de acompanhamento e avaliação da execução e a Comissão de Controlo de Qualidade é o organismo de controlo interno ⁽¹²⁰⁾.

⁽¹¹⁵⁾ Estas disposições constam do projeto de caderno de encargos para a IG ananas pin de sucre du Bénin.

⁽¹¹⁶⁾ É, nomeadamente, objeto do PAMPIG II.

Lei¹¹⁷ das Indicações Geográficas, 11 de outubro de 2013

⁽¹¹⁸⁾ Guide du demandeur d'Indication géographique, Document de travail pour les administrations et les producteurs Version Versão 2.1 – abril de 2011, p. 10.

⁽¹¹⁹⁾ A Maison Guinéenne de l'Entrepreneur é uma organização não-governamental com sede na Guiné-Conkary. Para mais informações, consultar: <http://www.mge-guinee.org/>

⁽¹²⁰⁾ Sidiki CAMARA, Presidente da ADECAM, Seminário Regional sobre IG na África Ocidental, Cabo Skirring-Senegal, de 20 a 22 de novembro de 2017.

c) Serviços oferecidos

Os serviços oferecidos pelas organizações coletivas de IG vão desde atividades de proteção e promoção até controlos. O grupo que representa a **Poivre de Penja** é responsável por manter atualizada a lista dos produtores de IG, transferir conhecimentos para ajudar a manter a tipicidade das IG, realizar planos de controlo e inspeção, promover a IG.

Mais resultados podem ser observados em relação à IG **Argane**. Esses resultados devem-se ao trabalho do grupo que representa os produtores – AMIGHA – como a «Association Nationale des Coopératives d'Argane» (ANCA). Ao longo dos anos, a ANCA implementou programas de alfabetização em benefício das mulheres envolvidas na produção, produziu materiais educativos sob a forma de banda desenhada. Em termos de cobertura social, as mulheres nas cooperativas são abrangidas por um acordo com a «Mutuelle Générale» nacional. Por outro lado, a AMIGHA concebeu uma carta gráfica comum para produtos alimentares e cosméticos e promoveu a IG através da sua participação em exposições nacionais e internacionais em Bordéus, Berlim, Paris e Genebra.

B. Mecanismos de controlo

Os controlos para verificar se os produtos comercializados correspondem ao caderno de especificações de um determinado produto são cruciais para a credibilidade da própria IG. Os controlos baseiam-se normalmente num plano de controlo, um documento que especifica a forma como cada requisito das especificações do produto é verificado. O plano de controlo é uma ferramenta de gestão utilizada para identificar e monitorizar a atividade necessária para controlar entradas e/ou saídas críticas para um processo ⁽¹²¹⁾. Os controlos podem assumir a forma de autoverificação (autocontrolo por parte dos produtores), verificação por uma segunda parte (controlo interno por associação de produtores) e verificação por terceiros. Além disso, neste domínio, devem ser comunicados progressos limitados e exemplos relativos às IG africanas.

É obrigatório existir um sistema de controlo para registar IG na região OAPI. As caderno de especificações do produto, elaboradas no contexto dos projetos PAMPIG I, previam controlos internos a realizar pelos grupos de IG ⁽¹²²⁾.

⁽¹²¹⁾ Guia da FAO, Linking people, places and products, a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications, 2009, <http://www.fao.org/3/i1760e/i1760e00.htm>

⁽¹²²⁾ Artigo 3.o do regulamento de utilização do logótipo OAPI

Neste contexto, os produtores assinam um contrato no qual estes se comprometem a respeitar as regras estabelecidas no caderno de especificações do produto e a aceitar, em qualquer momento, as inspeções realizadas pelos inspetores nomeados de acordo com o plano de controlo aplicável, que inclui as sanções associadas ao incumprimento. Estas sanções podem ir desde uma simples observação até à exclusão temporária ou definitiva da utilização da IG. O projeto PAMPIG I teve também o mérito de sensibilizar os intervenientes locais para a necessidade de disponibilizar – juntamente com os controlos automáticos e internos – algum tipo de esquemas de verificação externa, realizados por organismos independentes.

Em Marrocos, podem observar-se algumas boas práticas no domínio dos controlos no que diz respeito às IG agrícolas (as IG artesanais ainda não são abrangidas por esta situação). Em vários casos, os produtores realizam o autocontrolo, as cooperativas tratam do controlo interno e os organismos de certificação (como a Normacert e o Bureau Veritas, acreditados pelo Ministério da Agricultura) supervisionam os controlos externos independentes - ou seja, controlos que são realizados por organismos independentes e imparciais, idealmente certificados com a norma ISO 17065. O facto de Marrocos impor a verificação por terceiros não deve ocultar o facto de os custos serem suportados pelo Estado até à data e deverem ser suportados pelos produtores a longo prazo.

No que diz respeito aos controlos externos, deve notar-se que a acreditação dos organismos de controlo e certificação é relevante para os produtos com IG que procuram penetrar nos mercados internacionais. Os custos associados aos controlos externos podem ser minimizados através de um sistema sólido de controlo interno ⁽¹²³⁾ e de controlos externos realizados por organismos governamentais.

Note-se, no entanto, que se verifica frequentemente uma confusão entre o respeito pelas normas de segurança alimentar e o respeito pelas caderno de especificações das IG.

Para cada IGP, existe um sistema garantido para assegurar que todos os intervenientes que utilizam IG para comercializar os seus produtos cumprem os requisitos definidos nas especificações, para evitar que o consumidor seja enganado e para proteger os produtores honestos contra a concorrência desleal. Este sistema pode basear-se, em grande medida, no agrupamento representativo da IG e no acompanhamento efetuado pelo Comité Nacional, desde que, no entanto, seja associado um organismo externo para assegurar a eficácia do controlo exercido pelo grupo representativo.

⁽¹²³⁾ Em Marrocos, o sistema de controlo baseia-se num código de barras para cada produtor. Além disso, cada embalagem de um determinado produto vendido deve indicar o nome do produtor, a morada e o número de telefone.

Capítulo 3: O caminho a seguir

O capítulo anterior sugeriu uma série de prioridades-chave para as partes interessadas africanas e internacionais com vista a permitir às IG africanas realizarem todo o seu potencial.

Este capítulo centrar-se-á nas duas necessidades urgentes identificadas no Capítulo 2: **criar as condições para a criação ou o reforço de organizações de produtores bem-sucedidas** (Secção 1), **assim como apoiar as IG a longo prazo através da governação interna** (Secção 2) e **desenvolver mecanismos de controlo adequados para fazer cumprir os requisitos em matéria de IG indicados no caderno de especificações** do produto (Secção 3). Este capítulo fará referência tanto à literatura como a histórias práticas de sucesso, a fim de oferecer ferramentas concretas às partes interessadas africanas para trabalharem sobre estas necessidades urgentes para o sucesso das IG.

Além disso, o presente capítulo mostrará que a existência de organizações de produtores e de sistemas de controlo sólidos pode também facilitar o progresso no quinto fator de sucesso das IG mencionado no Capítulo 1 ⁽¹²⁴⁾, que consiste em ter em conta os desafios emergentes em matéria de sustentabilidade.

A «**Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África 2018-2023**» da União Africana, descrita no Capítulo 2 ⁽¹²⁵⁾, identifica resultados como o desenvolvimento rural sustentável (Resultado 1), o desenvolvimento do mercado (Resultado 4) e a sensibilização e comunicação às partes interessadas, incluindo os consumidores (Resultados 6). A realização de progressos no domínio das organizações de produtores com IG e dos controlos em África, assim como nos desafios da sustentabilidade, ajudará a alcançar esses resultados.

Secção 1: Compreender a ação coletiva como geradora de valor

Esta secção destaca as principais conhecimentos adquiridos da literatura e dos casos práticos como referência para os interessados em construir ou

⁽¹²⁴⁾ Ver Capítulo 1, Secção 3 do presente manual: «Condições para o êxito das IG».

⁽¹²⁵⁾ Ver Capítulo 2, Secção 1-A, d) do presente manual: «As atividades da União Africana relacionadas com as IG».

reforçar modelos de ação coletiva bem-sucedidos através de organizações de IG.

A. A necessidade de uma estratégia para as organizações de IG

a) Economias de escala para produtores individuais

As organizações de IG podem ser uma ferramenta tremenda para gerar valor para os seus membros. Tal deve-se ao facto destas organizações poderem realizar atividades com custos de transação elevados para os produtores individuais. No entanto, como acontece com qualquer outra iniciativa que envolva coordenação entre várias partes, criá-las é uma tarefa desafiante. Abordar esta questão como parte de uma estratégia de longo prazo desenvolvida pelas partes interessadas relevantes no domínio das IG – produtores, transformadores e outras partes relevantes numa determinada área geográfica – aumenta a probabilidade de criação de organizações de IG eficientes.

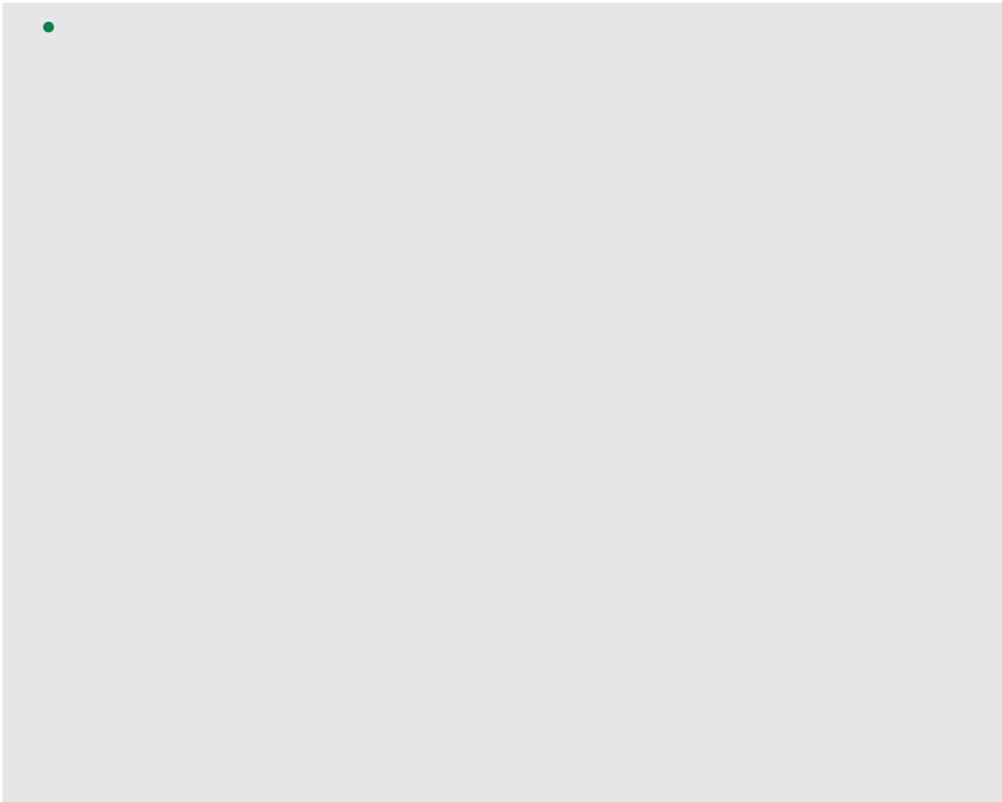
Ao criarem (ou reforçarem, se já existirem) organizações de produtores, as partes interessadas das IG estarão em melhor posição para enfrentar desafios, como o acesso ao mercado, a aplicação de normas de qualidade, a realização de atividades de comercialização e de proteção jurídica e o trabalho no sentido de melhorar a sustentabilidade.

Caixa 3.1. Economias de escala com o Conselho Sul-Africano de Rooibos (SARC)

Em 1993, a Tea Board foi privatizada e tornou-se Rooibos Limited, uma empresa que é uma das oito transformadoras de chá de rooibos na África do Sul e é hoje, de longe, a maior e mais consolidada. Em abril de 2005, vários atores da indústria de rooibos – incluindo produtores, transformadores e outras partes interessadas – colaboraram no sentido de formarem o Conselho Sul-Africano de Rooibos (SARC). Nesta fase, o SARC era uma organização voluntária com taxas voluntárias para os membros. Prosseguiu com as suas atividades – centradas na produção e na promoção de rooibos – até 2014, altura em que o sistema de imposição voluntária deixou de gerar fundos suficientes para assegurar a sua viabilidade. No final de 2014, o SARC foi reconstituído com os seguintes membros embaladores/marcadores: Rooibos Limited, Annique Health and Beauty, Cape Dry Products, Cape Natural Tea Products, National Brands Limited, Joekels Tea Packers, The Red T Company e Unilever South Africa. Hoje, o SARC é uma organização independente, sem fins lucrativos, que promove de forma responsável os interesses da indústria sul-africana de rooibos local e internacionalmente. Através dos seus esforços coletivos, os membros do SARC têm sido capazes de se envolver e cooperar com as principais partes interessadas da indústria através de investigação e comunicação – como a disseminação de informações sobre os benefícios do rooibos para os consumidores – em benefício da indústria. A investigação e desenvolvimento, a segurança alimentar e a certificação também desempenham papéis importantes nas atividades do SARC com vista a proteger os interesses dos consumidores.

b) Compreender as Cadeias de Valor e a Dinâmica de Poder

Para definir uma estratégia sólida, as partes interessadas das IG devem ter uma compreensão completa da cadeia de valor do produto, das práticas comerciais e da dinâmica de poder. Existem diferentes tipos de organizações de IG de acordo com a complexidade transacional do produto, as especificidades, os padrões e as capacidades do fornecedor. As possibilidades e a capacidade das partes interessadas das IG de capturar mais valor dos seus esforços de diferenciação variarão dependendo do tipo de organização de IG.



Principais Aprendizagens

- Os aspetos culturais e o contexto local são um fator-chave para os processos coletivos. Uma estratégia sólida em matéria de IG deve ter plenamente em conta os aspetos culturais.
- As organizações de IG podem surgir a partir de organizações existentes ou ser criadas no contexto do reconhecimento de uma determinada IG.
- Caso se escolha uma organização local pré-existente, os interessados em liderar o esforço devem ter credibilidade e respeito, a capacidade de chegar aos produtores e partes interessadas e as competências técnicas e comportamentais necessárias para obter consenso entre diversos indivíduos e interesses.
- Ao trabalhar em organizações, as partes interessadas de IG reduzirão os custos de transação.
- A ação coletiva tem de ter em conta que os indivíduos podem enfrentar tentações de parasitismo ou agir de forma oportunista. A criação de confiança e uma visão comum de longo prazo são áreas-chave de trabalho.

Principais Aprendizagens

- Ao definir uma estratégia de longo prazo, deve existir uma compreensão profunda da dinâmica atual da cadeia de valor com vista a melhorar as condições de captura de mais valor para o produto.
- Os parceiros comerciais devem ser identificados, em especial no que se refere às IG que fazem parte de uma cadeia de valor internacional.
- Alterar as relações de poder ao longo de uma cadeia de valor requer pensamento estratégico. Tal pode implicar a segmentação das especificações dos produtos e a adaptação das especificações a novos ambientes de mercado ou nichos de mercado específicos.

c) Alianças e Agenda do Conhecimento

A lista de potenciais aliados das organizações de IG inclui agências governamentais responsáveis pela propriedade intelectual e IG, assim como autoridades locais e territoriais ⁽¹²⁶⁾. Outras entidades governamentais incluem os responsáveis por programas de defesa do consumidor (em particular, as autoridades de rotulagem), agricultura, negócios estrangeiros (no caso de se procurar proteção no estrangeiro) ou serviços de acreditação de qualidade (entre muitos outros, dependendo do produto e do país). As organizações de IG devem esforçar-se por manter boas relações com estas entidades, independentemente das possíveis mudanças de funcionários responsáveis pelas mesmas. Não só poderão financiar determinados projetos, como também poderão acelerar os procedimentos administrativos e jurídicos associados às iniciativas de IG.

Outros potenciais aliados importantes incluem instituições académicas e de investigação nacionais e internacionais. Podem prestar um apoio inestimável durante o processo de desenvolvimento de iniciativas IG, a definição e compreensão das qualidades intrínsecas dos produtos associadas à origem e a possível deteção de produtos em infração. As instituições de investigação nacionais podem tornar-se aliadas cruciais no desenvolvimento de uma «agenda do conhecimento», que deve incluir projetos de investigação que possam documentar de forma técnica e científica as qualidades do produto de origem que podem justificar um preço mais alto para o produto com IG, não apenas com atributos emocionais, mas também racionais ⁽¹²⁷⁾. O conhecimento profundo do seu próprio produto ⁽¹²⁸⁾ pode capacitar as associações de IG e os seus membros, levando ao desenvolvimento de uma agenda de conhecimento e narrativas que forneçam apoio técnico no sentido de diferenciar o produto de origem. Esta não é apenas uma componente fundamental da promoção, mas também um ativo importante para a conceção de planos de controlo.

⁽¹²⁷⁾ A UNIDO (2010) sugere que as alianças de I&D são um fator-chave para o sucesso das IG. Vamos mais longe, sugerindo uma agenda de conhecimento para compreender totalmente os benefícios racionais associados ao produto que compradores e consumidores podem valorizar a longo prazo. Ver, por exemplo, Lozano et alii (2011).

⁽¹²⁸⁾ Belletti et al. (2017) apoiam este conceito.

Principais Aprendizagens

- A rede de parceiros para organizações de IG pode ser grande e pode incluir, entre outros, entidades governamentais, organizações com objetivos semelhantes, atores da cadeia de valor, agências de financiamento e cooperação e instituições académicas e de investigação.
- Para atrair aliados, as organizações de IG têm de ser credíveis, representativas e eficazes.
- Uma estratégia sólida de longo prazo em matéria de IG ajudará a atrair potenciais parceiros.

B. Definição de Objetivos a Longo Prazo

A definição de objetivos a longo prazo exige que se tenham em conta as seguintes características de uma determinada IG.

a) O território

Para cadeias de valor complexas (por exemplo, para o café e para o cacau), a elaboração de uma estratégia a longo prazo pode envolver um número relativamente grande de intervenientes locais, desde produtores a transformadores e distribuidores. Noutros contextos (frutas e produtos hortícolas frescos, por exemplo), a participação dos produtores primários pode ser suficiente para o desenvolvimento da estratégia. No entanto, em ambos os casos, é fundamental que a visão e a estratégia daí resultantes sejam apropriadas pelos produtores envolvidos na área geográfica em causa ⁽¹²⁹⁾,

Caixa 3.2 Elementos de uma estratégia de longo prazo no grupo gestor da IG Ananas Pain de Sucre du Plateau d'Allada-Bénin

O Ananas Pain de sucre du Plateau d'Allada-Bénin é um ananás famoso na sub-região e procurado pelas suas características organolépticas.

Com vista a preparar a apresentação do nome para a sua proteção como IG, o grupo representativo adotou estatutos que enunciam, nomeadamente, a finalidade do agrupamento e a sua composição. Os objetivos de âmbito territorial previstos pelo grupo em defesa e gestão da IG são, em especial, «*desenvolver um produto de qualidade, o mais natural possível*» ou «*representar e defender o produto perante a administração, os responsáveis eleitos e qualquer poder de supervisão para defender os seus membros*» [Ver artigo 5.º dos Estatutos].

Além disso, é interessante notar que a integração de uma dimensão territorial e de objetivos a longo prazo resulta igualmente da composição do agrupamento que reúne «membros fundadores» (que participaram na criação do agrupamento), «membros ativos» (membros que utilizam a IG) e membros que são simplesmente aderentes (ou seja, que não utilizam ou que deixaram de utilizar a IG, ainda que na zona geográfica abrangida pela IG). Estas três categorias podem ser convocadas para o Comité de Gestão, que é o órgão responsável por decidir sobre as condições técnicas e económicas da atividade em torno do produto, assim como as perspetivas de futuro (Ver artigo 20.º dos Estatutos).

para que não dependa apenas de um pequeno grupo de indivíduos ⁽¹³⁰⁾.

⁽¹²⁹⁾2013), Vandecandelaere et al., 2018, Lourenzani et al., 2020, entre outros.

⁽¹³⁰⁾ Vários autores sublinham a necessidade de ter em conta os intervenientes territoriais. Entre eles estão Lourenzani et al. (2020) e Quiñones-Ruiz et al. (2020).

b) O produto



O impacto esperado da estratégia de IG não deve apenas garantir os padrões de qualidade, mas também proteger e melhorar a reputação do produto. Desta forma, criará as condições de mercado e as narrativas promocionais que justifiquem um preço mais elevado pago aos produtores. O desenvolvimento destas narrativas e a garantia de que outros intervenientes da cadeia de valor fora do território as utilizam são

designados por «diferenciação ascendente».

Quando o produto é uma matéria-prima para um transformador, os profissionais de marketing chamam-lhe «marca de ingredientes».

Em ambos os termos, quando aplicado às IG, significa que o produto não só deve cumprir as especificações de qualidade, mas que estas especificações devem ser significativas para os compradores e consumidores finais através de narrativas de diferenciação de origem ou de marcas de origem. A título de exemplo, a IG nacional para o café no Quênia é uma marca registada figurativa que indica **Coffee Kenya, So Rich, So Kenyan**.

c) Objetivos e impacto pretendidos

As iniciativas de ação coletiva nas zonas rurais podem ter vários objetivos que se revelaram realizáveis através de iniciativas de IG, tais como ⁽¹³¹⁾:

- Reduzir a assimetria da informação entre produtores e consumidores. Tal resultará numa maior procura do produto IG e, consequentemente, num preço mais elevado para os produtores.
- Modificar a governação da cadeia de valor através da criação de mercados cativos ou compradores que irão comprar o produto de forma consistente ao longo de muitos anos. Além disso, isto pode afetar positivamente os preços.

⁽¹³¹⁾ Alguns dos objetivos elencados são extraídos de Bienabe e Marie-Vivien (2017), Vandecandelaere et al (2018) e Belletti e Marescotti (2018).

- Melhorar os padrões de qualidade e higiene dos produtos. Isto pode resultar no desenvolvimento (ou melhoria) da reputação do produto IG, no acesso ao mercado e nas oportunidades de mercado, além de gerar uma procura adicional que pode fortalecer as oportunidades de negociação do produtor e preços mais altos (impacto).
- Garantir que existem oportunidades económicas a longo prazo para os habitantes locais através da criação ou desenvolvimento de um cluster económico centrado em torno de um produto com IG que possa aumentar a atratividade a longo prazo do território. A **Poivre de Penja**, com a sua associação interprofissional, é um exemplo interessante da capacidade das partes interessadas privadas de diferentes partes da cadeia de valor de acordarem um preço mínimo para os produtores, que é de importância vital para os pequenos produtores ⁽¹³²⁾. Com efeito, o registo das IG em 2013 foi acompanhado, em 2013-2015, por um aumento médio do preço de 120--130 % durante o período de 1995 a 2013 ⁽¹³³⁾.

⁽¹³²⁾ Ver, FAO-BERD, Strengthening sustainable food systems through geographical indications, an analysis of economic impacts, 2018.

⁽¹³³⁾ Ver, FAO-BERD, Strengthening sustainable food systems through geographical indications, an analysis of economic impacts, 2018.

Caixa 3.3. Café de Colombia, Tequila, Banano de Costa Rica – A união faz a força

As organizações de IG podem surgir a partir de instituições existentes ou ser criadas para efeitos de gestão das IG:

Desde 1927, a Federação Colombiana de Cafeicultores (FNC) presta serviços aos cafeicultores locais. Em 2005, a FNC foi selecionado para projetar e implementar a estratégia de reconhecimento, promoção e proteção da IG **Café de Colombia**. O reconhecimento nos mercados externos obtido pela FNC foi crucial para evitar que as autoridades de rotulagem considerassem que o café colombiano era uma designação genérica.

O **Banano de Costa Rica** é outro exemplo de iniciativa resultante de instituições existentes. Neste caso, as funções de IG são desempenhadas pela Corbana (originalmente constituída em 1971 como Asbana), uma entidade cujas partes interessadas são o governo, os bancos públicos e os produtores de banana. A Corbana, uma parte interessada não comercial, assumiu as funções da associação de IG na sua estrutura administrativa existente.

Em contraste, o Conselho Regulador da Tequila (CRT) foi criado em 1994 devido à extrema necessidade das partes interessadas da cadeia de valor da **Tequila** para gerir a IG, que tinha sido anteriormente reconhecida no México (em 1974). A Câmara Regional da Indústria de Tequila, fundada em 1959, sentiu a necessidade de desenvolver a indústria, proteger ainda mais o nome Tequila internacionalmente e garantir controlos de qualidade. Como resultado, a Câmara esteve por trás da criação do CRT como a organização dedicada a verificar e certificar o cumprimento da Norma Oficial de Tequila, assim como defender e promover a qualidade e a cultura da bebida espirituosa.

A ação coletiva deve fazer sentido do ponto de vista económico para os membros individuais:

No seio da FNC, os produtores de café colombianos uniram forças para lançar iniciativas, como pesquisas adaptadas às condições do mercado local, esforços promocionais internacionais ou preços locais competitivos disponíveis para todos os produtores, que estes não teriam sido capazes de realizar individualmente. Este pensamento estratégico criou procura por café colombiano nos mercados externos e, ao mesmo tempo, forçou os comerciantes locais a pagarem preços domésticos que refletem o valor que as partes interessadas internacionais estão dispostas a pagar pelos grãos de café colombiano.

As organizações de IG têm de ser credíveis e bem geridas para poderem promover alianças e defender os seus interesses:

Ao longo dos anos, o CRT estabeleceu várias alianças e relações de trabalho com o governo mexicano, a Organização Mundial das Alfândegas, entidades internacionais como a oriGIn ou a Origen España, e outras organizações de IG especializadas em vinhos e bebidas espirituosas, como o Rioja Wine Council, o Comité Champagne e a Scotch Whisky Association. Estas relações reforçaram a capacidade do CRT de proteger a IG Tequila em vários países, detetando infrações e aplicando as suas regras, beneficiando simultaneamente da experiência de outras organizações de IG sobre o conhecimento para melhorar a sua estratégia de proteção.

Principais Aprendizagens

- Ao definir uma estratégia a longo prazo para uma IG, é necessário reunir o apoio das partes interessadas relevantes na área geográfica, tendo em conta a complexidade da cadeia de valor, assim como a necessidade de garantir a qualidade e desenvolver uma narrativa para comunicar as características do produto.
- A ação coletiva com foco em matérias-primas – como grãos de café ou de cacau – deve considerar estratégias de marca de ingredientes que possam ser alavancadas por outras partes interessadas na cadeia. Devem ser concebidas como estratégias mutuamente vantajosas para todos os intervenientes na cadeia de valor, especialmente se os produtores não dispuserem de capacidades de distribuição ou transformação.

Secção 2: A governação como fator-chave de sucesso para as IG

Esta secção centrar-se-á nos principais atributos que as organizações devem ter para maximizar a probabilidade de sucesso a longo prazo para as IG que representam.

As organizações fortes que não dependam de um único líder ou grupo de líderes terão de proporcionar uma distribuição equitativa e transparente dos custos e benefícios às principais partes interessadas, assim como permitir alterações, se necessário. Do mesmo modo, as organizações de IG fortes devem ser capazes de desenvolver parcerias e alianças para defender eficazmente a reputação do produto com IG utilizando os meios legais à sua disposição ⁽¹³⁴⁾.

⁽¹³⁴⁾ 2009), Baseados numa revisão da literatura, Giovannucci et al. (2009), que concluíram que estes eram os elementos-chave para o sucesso das IGI.

A. A governação como catalisador da ação coletiva

Entre os desafios que as organizações de IG enfrentam contam-se a necessidade de coordenar as transações entre produtores (coordenação horizontal ou vertical ⁽¹³⁵⁾), assegurar a qualidade dos produtos, a proteção jurídica, monitorizar as cadernos especificações das IG, desenvolver estratégias de comercialização, rever os obstáculos do lado da oferta e assegurar uma distribuição equitativa dos benefícios e custos entre os membros. Se forem bem-sucedidas com a governação, as organizações de IG incentivarão cada vez mais ações coletivas no sentido de expandir e prestar mais serviços aos seus membros ⁽¹³⁶⁾.

a) Definição de governação

A governação pode ser definida como o sistema através do qual as organizações são dirigidas, controladas e responsabilizadas ⁽¹³⁷⁾. No caso das organizações de IG, as mesmas devem articular interesses que ultrapassem a esfera puramente privada. Neste sentido, uma governação organizacional de IG trata de «*sistemas complexos que abrangem mecanismos, processos, relações e instituições através dos quais indivíduos e grupos articulam os seus interesses, exercem os seus direitos e obrigações e mediam as suas diferenças*» ⁽¹³⁸⁾.

Dado que a governação de uma organização de IG tem necessariamente de lidar com regulamentos que podem ser, dependendo da legislação local, públicos, privados ou semipúblicos, a mesma deve ter a capacidade de definir regras, processos e condições associadas a um padrão de qualidade, assim como ser capaz de implementar os necessários acompanhamento e fiscalização das regras, bem como de estabelecer as condições para aceder e interagir com as partes interessadas envolvidas ⁽¹³⁹⁾.

Uma boa governação organizacional deve ser capaz de lidar com os conflitos e tensões dentro e fora do sistema de IG sem ter de recorrer à autoridade do governo para resolver os diferendos ⁽¹⁴⁰⁾.

É evidente que estas não são tarefas fáceis. Durante o processo de ação coletiva, a organização de IG resultante não só tem de considerar que as

⁽¹³⁵⁾ Ver Unido (2010) e Skilton e Wu (2013) para mais detalhes sobre cooperação vertical e horizontal.

⁽¹³⁶⁾ Ver Unido (2010) para uma descrição detalhada dos serviços básicos.

⁽¹³⁷⁾ Definição retirada de Comforth (2003), citada por van Puyvelde et al (2016).

⁽¹³⁸⁾ Vandecandelaere et al., 2009, Linking People, Places and Products, p. 187.

⁽¹³⁹⁾ Ver Grabs et al., 2020.

⁽¹⁴⁰⁾ Ver Stoker (1998), citado por Kizos et al (2017).

regras e a estrutura que constroem são viáveis ⁽¹⁴¹⁾ e consistentes com a realização dos objetivos estratégicos, mas que executam a estratégia diligentemente e que estão em conformidade com os interesses e requisitos das suas diversas partes interessadas.

Tal exige uma gestão e avaliação constantes, o envolvimento com diversas partes interessadas internas e externas ⁽¹⁴²⁾, e a capacidade de explicar e documentar as decisões e os progressos realizados durante a criação da IG.

b) Requisitos de governação

Para funcionarem adequadamente, as organizações de ação coletiva devem desenvolver protocolos de governação adequados que reflitam as suas próprias necessidades organizacionais e objetivos mais amplos. No caso das organizações de IG, o seu conselho de administração deve prestar contas a muitos grupos da sociedade com interesses diferentes. Por conseguinte, devem poder incorporar nos seus processos de decisão não só os interesses do produtor ou do beneficiário principal, mas também outros membros que possam ter uma participação nas decisões a tomar, que podem incluir o governo ou outras partes interessadas da cadeia de valor. Por conseguinte, um papel importante do conselho das IG é ter em conta não só as opiniões das partes interessadas internas, mas também externas (principalmente o governo e outras partes interessadas da cadeia de valor) na sua tomada de decisões.

É evidente que a natureza da governação das organizações de IG é complexa. No entanto, mantém-se como regra geral que será necessariamente adaptada a produtos específicos e condições locais. Várias características de governação desejáveis de uma organização de IG podem ser resumidas do seguinte modo (ver caixas 3.4 e 3.5):

i. Representatividade e participação

O primeiro motivo pelo qual uma organização coletiva existe é representar os interesses comuns daqueles que têm uma pretensão legítima de utilizar um recurso coletivo. No caso das IG, o recurso coletivo é a reputação do produto de origem, que deve ser mantida e gerida em benefício de longo prazo tanto dos produtores como da comunidade.

Pode surgir uma confusão com a utilização de indicadores setoriais como guia para o progresso. Por exemplo, vendas adicionais a preços mais baixos podem ser interpretadas como notícias positivas para as estatísticas económicas, mesmo quando os preços não compensam financeiramente os produtores.

⁽¹⁴¹⁾ Um teste útil é a estrutura Ostrom IAD referida na secção anterior.

⁽¹⁴²⁾ Ver Kizos et alii (2017).

Como tal, as organizações de IG devem estar conscientes de que uma estratégia de diferenciação de IG satisfaz as necessidades do produtor e do consumidor e não as necessidades abstratas do produto. No caso de uma associação de IG, os principais beneficiários de tal estratégia são os produtores e a associação de IG deve representar adequadamente os seus interesses.

A representatividade de uma organização depende do número de produtores beneficiários que pertencem à organização (¹⁴³) como proporção dos potenciais beneficiários que, teoricamente, poderiam pertencer à mesma. Uma parte adequada da representação dos produtores dependerá das condições específicas relacionadas com o produto e o território, mas é evidente que uma pequena parte iria contra a alegação de que a IG é uma organização representativa. Outras métricas de representação incluem proveniência regional ou geográfica, atividade, sexo ou idade. As organizações de IG devem esforçar-se por alcançar um equilíbrio nestes atributos. Em todo o caso, e tal como indicado acima (Capítulo 2), ser representativo constitui, em algumas ocasiões, um requisito para o reconhecimento das IG em determinadas legislações, pelo que devem ser envidados esforços para otimizar a representação.

No entanto, uma organização de IG que apresente níveis significativos de representatividade dos produtores pode apresentar níveis muito baixos de participação dos produtores nos seus órgãos de decisão. A participação exige o envolvimento em termos de a IG ter estabelecido linhas de comunicação com os seus membros, e os membros poderem participar na tomada de decisões, direta ou indiretamente, através dos seus representantes nos diferentes órgãos da organização. A participação poderá ser informal ou formal.

A participação informal pode ter lugar em fóruns, eventos, workshops académicos ou outras ocasiões em que os membros das organizações de IG partilhem os seus progressos, objetivos e permitam perguntas e sugestões que devem ser respondidas ou abordadas pelos organismos relevantes. Tal constituirá um canal desejável de comunicação bidirecional, informal ou formal. No entanto, as organizações de IG não devem limitar-se a reuniões presenciais para manter a comunicação com os seus membros. Devem esforçar-se por manter os seus membros informados através dos meios de comunicação pertinentes, incluindo mensagens de texto, redes sociais ou

⁽¹⁴³⁾ A definição de pertença formal ou informal a uma organização pode variar em função do contexto. Idealmente, os indivíduos ou empresas que possam pertencer à organização devem ser identificados e apresentar formalmente num documento o seu interesse em pertencer à organização e submeter-se às regras estabelecidas para pertencer à organização. Em alguns casos, a adesão indireta pode ser aceitável. Neste cenário, os produtores podem certificar-se como produtores para receber serviços ou apoio governamental, sendo os benefícios da IG um desses serviços.

canais de comunicação tradicionais, que otimizarão e ajudarão a criar canais mais eficazes de participação informal e formal.

Caixa 3.4. A governação do Conselho Regulador da Tequila (CRT)

Embora a bebida Tequila tenha sido reconhecida como denominação de origem pela lei mexicana desde o início da década de 1970, foi somente após a criação do Conselho Regulador da Tequila (CRT) que este reconhecimento começou a fazer a diferença. O CRT é um exemplo de uma organização vertical e interprofissional na qual participam produtores agrícolas de agave e transformadores e engarrafadores de Tequila. Portanto, todas as partes interessadas da cadeia de valor juntamente com os principais aliados estão representados no CRT:

- Setor A: Produtores industriais de Tequila (158 empresas produtoras de Tequila).
- Setor B: produtores de agave (13 500 produtores de agave).
- Setor C: Embaladores e comerciantes (5 empresas).
- Setor D: Representação governamental (Economia, Agricultura, Saúde, etc.).

No âmbito do CRT, todas as partes interessadas têm voz, mas apenas os setores A, B e C têm direito de voto. O Setor D não tem direito de voto, mas tem direito de veto, já que o Governo do México é o detentor da denominação de origem Tequila.

Para manter o equilíbrio entre os diferentes interesses, o Presidente do Conselho de Administração é uma parte interessada fundamental. Esta pessoa tem de ser reconhecida como imparcial e independente (ou seja, não ter interesses económicos na cadeia de valor), com solvência moral e respeitada por todos. O Conselho de Administração é composto igualmente por produtores de agave e representantes da Tequila. O Presidente do CRT tem voto de qualidade em caso de empate numa decisão do Conselho de Administração. Desta forma, com base no equilíbrio e na participação, gera-se credibilidade e confiança em toda a cadeia de valor Agave-Tequila.

Para além de apresentar relatórios e realizar alguns serviços de certificação e acreditação, o CRT promove o prestígio da Tequila através de investigação e estudos especializados, promovendo uma agenda de conhecimento que ajuda a divulgar todos os elementos que dão valor à Tequila e recriam a sua cultura associada. Para reforçar a sua responsabilização, o CRT dispõe ainda de um sistema de garantia de qualidade que garante a fiabilidade dos seus serviços.

A participação formal trata da tomada de decisões em reuniões oficiais. Nas grandes organizações, isto significa que os produtores que participam em eleições regulares escolhem representantes a nível local, regional ou mesmo nacional, que serão então responsáveis por tomar as decisões adequadas em

seu nome nessas reuniões. Para as organizações de IG mais pequenas, isto significa que os produtores participam em assembleias ou outras reuniões formais para tomar decisões.

ii. Legitimidade

Legitimidade é a «percepção ou a suposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis, adequadas ou apropriadas no âmbito de um sistema de normas, valores, crenças e definições socialmente construído» (144). No entanto, essa percepção deve basear-se numa prática real de tomada de decisões de acordo com as normas e regras prescritas que regem a organização. Por outras palavras, a questão não é apenas chegar a decisões ótimas, mas garantir que o processo através do qual essas decisões são tomadas segue os protocolos prescritos, tornando essas decisões não apenas úteis, mas também legítimas.

Normalmente, estas estruturas e sistemas de gestão exigem que certas decisões sejam tomadas pela autoridade máxima da organização, por exemplo, um congresso ou uma assembleia geral de produtores que pode reunir-se uma vez por ano. Outras regras podem exigir consultas ou mesmo aprovação formal por parte de agências governamentais. Certas decisões podem ser delegadas em conselhos de administração, que devem ser criados de acordo com regras prescritas. De qualquer forma, seguir os protocolos da organização de IG para tomar decisões legitimará essas decisões, mesmo que não sejam universalmente aceites.

iii. Transparência

A transparência prende-se com a abertura. As organizações de IG são organizações de adesão aberta para os produtores ou partes interessadas da cadeia de valor que cumprem as cadernos especificações do produto. Por conseguinte, os novos produtores devem ser tratados em pé de igualdade e de forma não discriminatória, tendo a capacidade de acederem aos órgãos de decisão e participarem em fóruns formais ou informais.

A abertura significa também que, no mínimo, devem ser disponibilizados aos membros relatórios anuais de gestão. Torná-los públicos, facilmente acessíveis e compreensíveis e apresentá-los para debate aberto em locais formais e informais é outro dos requisitos fundamentais em termos de transparência.

É aconselhável que os órgãos de decisão e os conselhos compostos por produtores definam políticas que abranjam a eleição formal regular ou a

(144) Suchman (1995), citado por van Puyvelde (2016).

reeleição dos membros. Além disso, devem existir políticas relativas à renovação dos membros, por exemplo, de forma rotativa, a fim de garantir o acesso de diferentes produtores e evitar que o poder se concentre nos mesmos indivíduos durante um período de tempo longo. Isto garantirá que os membros eleitos democraticamente podem realizar o controlo pela comunidade e supervisionar eficazmente os administradores da organização de IG. Além disso, evitará os riscos sugeridos pelos defensores da teoria da escolha pública, que advertem que as organizações tendem a proteger aqueles que alcançam o poder organizacional em vez daqueles que deveriam representar.

Devem existir políticas anticorrupção claramente definidas e acessíveis ao público, aplicáveis ao pessoal e aos produtores que participam na tomada de decisões. Idealmente, devem ser lidas em voz alta em reuniões formais. Os conflitos de interesses devem ser declarados e devem adotar-se regras específicas para proibir a celebração de contratos com decisores políticos e familiares próximos, nomeadamente durante um período razoável após a cessação das suas funções.

Caixa 3.5. Café de Colombia - Principais características da governação

A Federação Colombiana de Cafeicultores (FNC) atua como a organização de IG para o Café de Colombia (CdC). Fundada em 1927 como organização sem fins lucrativos para representar os interesses dos cafeicultores, a visão da FNC é garantir o bem-estar do cafeicultor colombiano através de uma organização eficaz, democrática e representativa. É um exemplo de uma organização de ação coletiva horizontal com foco nos cafeicultores. É uma organização apolítica e os seus diretores e administradores não podem participar em políticas partidárias ou manifestações.

Como Federação, a FNC conta com órgãos representativos locais onde se encontram estabelecidos os mais de meio milhão de cafeicultores. Estes órgãos são chamados comitês do café e podem ser locais (ao nível municipal) ou regionais (ao nível provincial). Os comitês do café reúnem-se regularmente (semanalmente, quinzenalmente ou, pelo menos, mensalmente). Os seus membros são eleitos de quatro em quatro anos em eleições do café nas quais podem participar agricultores proprietários ou que trabalhem em parcelas de café de, pelo menos, meio hectare ou, pelo menos, 1 500 pés de café. A participação dos agricultores nas eleições do café é muito elevada com base em normas internacionais. Isto garante uma organização representativa e legítima na qual os agricultores participam na tomada de decisões. Os membros do comitê provincial do café também são delegados ao Congresso Nacional do Café da Colômbia, a autoridade máxima da organização, composta por 90 membros. O congresso elege o CEO da FNC e aprova as prioridades políticas e programáticas.

De acordo com os estatutos da FNC, existem decisões tomadas a nível local e regional e outras tomadas a nível nacional. Para as decisões nacionais, cada comitê provincial elege um representante (que não pode ser um cafeicultor) para fazer parte do Conselho de Administração da FNC, que se reúne duas vezes por mês. Cada província cafeeira submete ao Congresso o seu candidato para a Direção, assegurando que todos os membros tenham uma relação de trabalho.

Como medida de transparência, o CEO da FNC deve apresentar um relatório escrito anual ao Congresso, assim como relatórios quinzenais ao Conselho. Além disso, relatórios de progresso a nível regional e local são igualmente disponibilizados pela administração da FNC. Os relatórios financeiros são auditados e apresentados ao Conselho para aprovação.

A estratégia de IG é um dos muitos programas e atividades de café liderados pelo FNC. Eles são financiados de maneiras diferentes, mas principalmente por uma contribuição de 6 centavos por libra feita para cada exportação de café. Esta contribuição é obrigatória por lei e requer a participação do governo. Este é um dos motivos pelos quais o FNC tem uma política de longa data de trabalhar com governos nacionais e provinciais e várias agências governamentais. Os fundos são complementados por uma rede de aliados, que incluem, entre muitos outros, agências de cooperação internacional, ministérios e clientes colombianos de café.

Deve prestar-se especial atenção à utilização dos recursos monetários. Os relatórios de gestão devem ser claros quanto às políticas, receitas e despesas, ativos e qualquer outra conta financeira, incluindo possíveis contingências. É aconselhável que um contabilista independente e certificado realize uma auditoria regular às contas financeiras. Estas contribuições e os seus benefícios devem ser claramente indicados.

iv. Uma organização apolítica é melhor

As organizações de IG são estabelecidas com vista a implementar o projeto de longo prazo de diferenciação de IG. Como tal, devem estar preparadas para trabalhar e manter canais de comunicação com diversos órgãos e entidades durante muito tempo, fazendo com que seja possível trabalhar com quem ocupar o poder. Uma organização partidária de IG provavelmente beneficia da cooperação dos políticos que apoia abertamente, mas corre o risco de perder a cooperação e a influência ou mesmo de ser alvo de ataques quando diretores de agências de diferentes partidos políticos assumirem o controlo. É, pois, uma boa política definir a organização de IG como apolítica. Ser uma organização de IG apolítica significa que aqueles que têm responsabilidades na sua gestão e tomada de decisões devem comportar-se em conformidade.

v. Acompanhamento da governação

É importante que a gestão da organização de IG seja autónoma e suficientemente independente para desenvolver a gestão de acordo com as regras da organização. No entanto, as entidades supervisoras são responsáveis pela supervisão e não pela cogestão. O líder da organização de IG e o pessoal devem ter as competências técnicas necessárias para alcançar a visão através da implementação de um plano de negócios e gestão com objetivos de curto e longo prazo, que devem ser aprovados e monitorizados através de um conjunto relevante de indicadores.

A título de exemplo, o regulamento interno do grupo gestor da IG **Kilichi du Niger** define que o funcionamento do grupo se baseia nos seguintes nove princípios fundamentais:

- consenso e, na sua ausência, maioria absoluta;
- representatividade;
- paridade;
- subsidiariedade;
- boa governação;
- a unicidade da interprofissão;
- autofinanciamento;

- utilidade;
- neutralidade.

Isto faz com que a direção seja responsável.

No entanto, é altamente aconselhável monitorizar o desempenho da governação de uma organização. Isto é ainda mais verdade no caso de uma organização de IG, um tipo de organização altamente dependente de uma governação eficaz. Consciente deste facto, a Estratégia de Sustentabilidade para as Indicações Geográficas (ESIG), um projeto desenvolvido conjuntamente pela oriGIn e pela FAO, tendo incorporado tópicos prioritários a ser constantemente seguidos e medidos para monitorizar o desempenho da governação de uma organização de IG ⁽¹⁴⁵⁾.

c) Os benefícios da governação

Num contexto organizacional de IG, um sistema de governação sólido e bem concebido pode conduzir a benefícios significativos para os produtores envolvidos, para aqueles que trabalham para a entidade e para as partes interessadas externas. Alguns desses benefícios podem ser resumidos da seguinte forma.

i. Benefícios económicos

Os benefícios e incentivos económicos de longo prazo estão no cerne da ação coletiva. De facto, a maior parte da investigação sobre esquemas de ação coletiva, tais como organizações de IG, avalia o sucesso ou fracasso do esforço coletivo para os participantes com base na relação custo-benefício para esses participantes ⁽¹⁴⁶⁾.

O processo de diferenciação do produto ou de evitar que a origem geográfica do produto se torne um termo genérico utilizado por qualquer agente económico é um objetivo fundamental de um processo de estabelecimento de uma IG. As organizações de IG terão de estar preparadas para implementar diferentes iniciativas do lado da oferta e do lado da procura com vista à obtenção de benefícios económicos de longo prazo para os seus membros.

(¹⁴⁵) Para mais informações sobre ESIG, ver https://www.origin-gi.com/wp-content/uploads/2017/06/2017-08-31_oriGIn_Sustainability_Strategy_for_GIs_adoptedGA.pdf

⁽¹⁴⁶⁾ Para mais informações sobre os benefícios de curto e longo prazo, ver Bienabe e Marie-Vivien (2017) e Kizos et al (2017).

Caixa 3.6. Preço premium para mel Oku White (mel branco Oku) (Camarões)

O mel de Oku destaca-se pelas suas características únicas: para além do know-how ancestral associado à apicultura neste ambiente distinto, o melOku White é branco e tem uma textura macia, cremosa e ligeiramente granulada. O sabor fresco, marcado por um toque de acidez, e os aromas de flores e frutas cítricas também contribuíram para o seu reconhecimento como uma IG para o produto pela OAPI em 2013.

Em 2014, Bang George, diretor da Cooperativa de Mel Oku (OHC), indicou que a produção anual de mel branco Oku protegido pela indicação geográfica se situava entre 8 e 10 toneladas e tornou possível fazer uma injeção anual de cerca de 40 milhões de francos CFA (aproximadamente 75 000 dólares em 2014) na economia local.



Em apenas alguns anos, desde o registo da indicação geográfica protegida, o preço por quilo de mel branco Oku aumentou quase 40 %, tendo surgido centenas de novas organizações não governamentais, PME e outros grupos apícolas (Center for International Forestry Research, 2010). O preço por litro convertido também se valorizou consideravelmente – era de 4 000 francos CFA (cerca de 7,50 dólares) em 2014, em comparação com apenas 1 500 francos CFA (cerca de 2,83 dólares) anteriormente.

Todos os produtores da Associação de Produtores de Mel Branco de Oku, que gere a IG, beneficiam de um rendimento mais elevado graças aos preços mais lucrativos possibilitados pelo nome geográfico registado. Isto teve o efeito de melhorar a situação económica e social de todos os participantes na comercialização deste produto (de acordo com o Cameroon Tribune, 2014).

Do ponto de vista da oferta, as IG funcionam através de um «monopólio coletivo» ⁽¹⁴⁷⁾ de reputação ligada à qualidade de um produto que só pode ser comercializado se respeitar um conjunto de condições que limitam a oferta potencial por fronteiras territoriais e especificações do processo. Para serem eficazes, os monopólios têm de ser estruturados, considerar possíveis substitutos de produtos e a cadeia de valor como um todo, assim como os canais de distribuição, a fim de garantir que o valor gerado é captado pelos membros da organização de IG. Por conseguinte, os monopólios coletivos devem ser enquadrados em termos de geração e captura de valor, compreendendo as possíveis limitações e oportunidades ao longo da cadeia de valor do produto e tomando as medidas necessárias para garantir que as

⁽¹⁴⁷⁾ Ver Thiedig e Sylvander (2000), citados por Bienabe e Marie-Vivien. (2017).

suas organizações possam modificar a governação da cadeia de valor e aproveitar o poder da IG.

No entanto, o êxito não se baseará apenas nos esforços do lado da oferta. Uma vez que uma estratégia de IG se baseia na diferenciação do produto e uma vez que os consumidores terão substitutos do produto disponíveis, é importante apoiar a IG com conteúdos de marketing e narrativa de histórias que consigam justificar um preço mais elevado ao longo do tempo e tornar a procura do produto mais inelástica ⁽¹⁴⁸⁾. Tanto os conteúdos «emocionais como os racionais», estes últimos baseados na agenda do conhecimento, terão de ser comunicados com vista a alcançar uma diferenciação de longo prazo e continuar a justificar preços mais elevados para os compradores.

Os objetivos de longo prazo podem não só evitar a deslocalização da produção do território, uma característica fundamental das IG, mas também incorporar uma segmentação dos produtos que favoreça um maior valor acrescentado no território, criando oportunidades de modernização económica para as partes interessadas locais.

Outro benefício económico é a oportunidade de desenvolver agrupamentos económicos através da experiência, capacitando assim os produtores para a especialização do produto e a sua transformação. Nesse sentido, o valor criado pela IG é comparável à teoria dos clusters ⁽¹⁴⁹⁾ que caracteriza um setor competitivo localizado numa região geográfica definida que, embora mantenha tradições e padrões de qualidade, também pode aumentar a produtividade por troca e cocriação, gerando, assim, eficiência e inovação do ponto de vista agrícola e logístico.

Entre estas eficiências encontra-se a potencial redução dos custos de pesquisa para consumidores e compradores. Além disso, os produtores podem reduzir os custos ligados a mecanismos de determinação de preços, logística ou outras economias de escala. A gestão coletiva de IG também pode melhorar a visibilidade do produto e fornecer informações mais precisas e fiáveis ⁽¹⁵⁰⁾.

A análise custo-benefício de um recurso comum, como a reputação coletiva de um produto, pode ser avaliada a longo prazo. Por isso, é importante que as partes interessadas internas estejam conscientes de que as mudanças

⁽¹⁴⁸⁾ A elasticidade-preço da procura mede a sensibilidade da variação da quantidade adquirida de um produto em relação a uma variação do seu preço. A procura é inelástica se a quantidade comprada não mudar muito em relação às variações de preços, o que significa que os produtores poderiam cobrar mais pelo seu produto sem verem uma redução significativa da procura do mesmo.

⁽¹⁴⁹⁾ Ver Porter (1998) para a teoria dos clusters económicos.

⁽¹⁵⁰⁾ Ver Unctad (2015).

esperadas não serão necessariamente obtidas no curto prazo e que chegar a um acordo sobre uma visão de longo prazo é crucial para garantir o compromisso com a estratégia de diferenciação.

ii. **Benefícios não económicos** ⁽¹⁵¹⁾

Os benefícios não económicos de uma organização de IG podem ser tão importantes como os benefícios económicos, podendo ter um impacto significativo no território relevante. Quando um grupo de produtores consegue chegar a acordo sobre objetivos comuns e uma estratégia através de um sentido coletivo de propósito, o processo fornece argumentos poderosos para que as gerações atuais e futuras cumpram as regras e alcancem progresso e qualidade de vida através da autoaplicação.

As organizações de IG destacam a identidade comunitária e territorial através da qualidade e dos atributos positivos do produto. Isto aumenta a autoestima da comunidade e melhora a coesão social graças à interação humana frequente, à aprendizagem coletiva e à partilha de experiências. A inclusão, a credibilidade e a confiança também podem resultar da coordenação vertical.

Outro aspeto não facilmente quantificável de ter uma organização de IG é o potencial para rever as cadernos de especificações do produto do ponto de vista da sustentabilidade, efetuando, se for caso disso, as alterações necessárias e tendo também em conta o contexto local ⁽¹⁵²⁾. Tais mudanças podem ter um impacto mais significativo na sustentabilidade do que tentar induzir mudanças nas práticas dos produtores individuais. Além disso, a conservação da biodiversidade e do património cultural pode ser um benefício não económico significativo a considerar.

De um ponto de vista individual, outros benefícios não facilmente quantificáveis incluem a possibilidade de os membros obterem informações benéficas sobre oportunidades de mercado, dados de investigação ou crescimento profissional relacionado. Outros benefícios podem incluir a satisfação do próprio crescimento pessoal e autorrealização, de pertencer a uma organização de prestígio que é um motor positivo para a mudança ou a satisfação de ser influente.

⁽¹⁵¹⁾ Alguns elementos desta secção foram adaptados de Unctad (2015), Kizos et al (2017) e van Puyvelde et al (2018).

⁽¹⁵²⁾ Ver Samper e Quiñones-Ruiz (2017) e Marescotti et al (2020).

iii. Outras fatores externos positivos

Outro conjunto de benefícios que uma governação forte oferece é a capacidade de alavancar valor adicional e as iniciativas de sustentabilidade que dependem de instituições fortes e da sua credibilidade para poderem ser lançadas. Estes mecanismos criam a oportunidade de desenvolver «bens públicos territoriais» ⁽¹⁵³⁾ que podem reforçar a comercialização de produtos com IG e otimizar a sua distribuição.

Neste contexto, o turismo é um exemplo óbvio de como a reputação de um produto IG pode servir para atrair visitantes que querem experimentar em primeira mão como o produto é feito e a sua relação com a cultura e o meio ambiente. Isso também pode ser feito através da culinária e costumes locais.

No entanto, estes exemplos podem revelar-se uma faca de dois gumes. Embora possam criar emprego rural, também podem proporcionar a possibilidade de utilizar injustamente a reputação do produto IG através da venda de produtos, experiências e serviços abaixo das normas. Por conseguinte, é necessária uma governação e instituições fortes para ajudar a desenvolver serviços normalizados e narrativas comuns.

B. Comunicação bidirecional

A comunicação é uma ferramenta necessária no século 21. As organizações de IG devem desenvolver uma comunicação assertiva e proativa, tanto para o público interno como para o público externo. O risco de não desenvolver uma estratégia de comunicação é que o público pode, voluntária ou involuntariamente, desenvolver e posicionar mensagens conflitantes que podem minar a confiança no esforço de IG.

É importante considerar que a comunicação evolui em torno de narrativas. As narrativas devem inspirar o público interno, criar interesse nas partes interessadas da cadeia de valor e nos funcionários, envolver os líderes e, ao mesmo tempo, estabelecer ligações com compradores e consumidores ⁽¹⁵⁴⁾.

O público mais importante é o público interno. Como tal, as narrativas devem ser consistentes com o propósito, a visão e a razão de existir da organização de IG, para que todos os produtores e partes interessadas internas estejam envolvidos.

Assim, definir a narrativa principal da organização de IG – o seu propósito – é um elemento básico da estratégia de comunicação. Deve ser inspiradora e

⁽¹⁵³⁾ Ver Belletti et alii (2017).

⁽¹⁵⁴⁾ Ver Bonchek (2016).

visionária e ser incorporada em qualquer peça de comunicação ou declaração pública feita pelos líderes da organização IG. Ao apresentar-se como um instrumento de ação coletiva para melhorar o bem-estar e a qualidade de vida dos produtores e do seu território, ao mesmo tempo que acrescenta valor, a organização de IG tem a oportunidade de se posicionar como uma organização virada para o futuro, legítima e representativa, criando as condições para se tornar um participante relevante e frequentemente consultado no território.

A organização de IG não deve limitar-se a falar. Deve também estar preparada para ouvir, estabelecendo ligações formais e informais de comunicação com as partes interessadas e criando oportunidades e eventos para explicar as suas iniciativas, progressos e impacto. Além disso, ao comunicar decisões, deve assegurar-se de que estas são não só legítimas mas também tomar as medidas necessárias para explicar o «porquê» das decisões, para que possam

Caixa 3.7. As Estratégias de comunicação da FNC

Dentro FNC, os produtores do Café de Colombia desenvolveram várias estratégias de comunicação interna e externa para garantir que os agricultores e clientes conhecem o seu compromisso com a qualidade como parte da sua estratégia competitiva. As estratégias de comunicação interna desenvolvem mensagens-chave sobre a importância da qualidade e da observação do processo de qualidade para apoiar os extensionistas rurais que visitam as fazendas. Incluem igualmente programas de rádio, vídeos, redes sociais e boletins informativos digitais e físicos direcionados aos agricultores em todo o país. Da mesma forma, foram criadas várias iniciativas de comunicação dirigidas a proprietários de marcas, torrefatores internacionais e baristas estrangeiros, desenvolvendo e partilhando conhecimento sobre o café colombiano, os atributos científicos das variedades usadas ou os controlos que estão em vigor para garantir a sua autenticidade.

ser corretamente interpretadas e apropriadas.

Secção 3: Conceber um controlo eficaz

A. Compreender a cadeia de valor

Um sistema de controlo eficaz é um elemento crucial para a credibilidade de qualquer estratégia destinada a comunicar as características únicas de um produto aos consumidores.

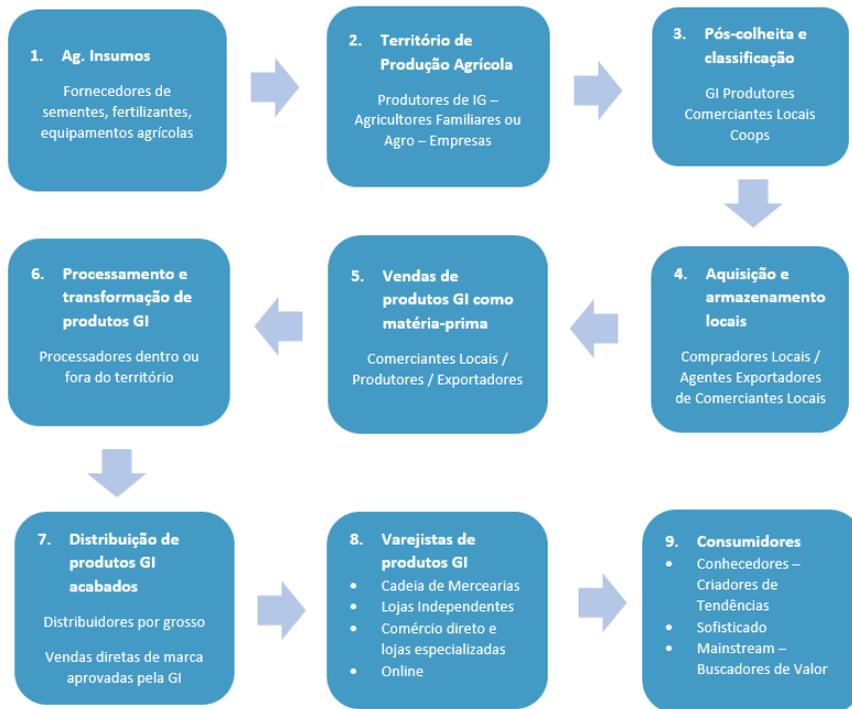
Uma das principais tarefas das organizações de IG é conceber um sistema de controlo eficiente e rentável para garantir que os produtos comercializados que utilizam a IG cumprem eficazmente as cadernos de especificações. Uma vez que os produtos e o contexto em que são produzidos são muito diversos, é habitual que o sistema de controlo concebido tenha em consideração o fluxo do produto desde os seus inputs até ao consumidor final (ver Gráfico 3.1). Por conseguinte, a eficiência e a relação custo-eficácia dos controlos dependem tanto das características do produto com IG como da sua cadeia de valor.

A eficiência do controlo refere-se ao(s) ponto(s) de controlo necessário(s) ou obrigatório(s) para que o produtor de IG receba o certificado de conformidade em como a qualidade de um produto corresponde com às cadernos de especificações desse produto. A relação custo-eficácia refere-se à capacidade de implementar tais controlos de uma forma que não aumente os custos de transação do produto ao ponto de tais custos ultrapassarem os benefícios económicos de pertencer ao sistema de IG.

a) Controlo eficaz e revisão geral da cadeia de valor

A conceção de um controlo eficaz das IG exige que se tenha em conta tanto o produto como a sua cadeia de valor. Uma cadeia de valor agrícola normal é ilustrada no Gráfico 3.1. Com base na análise da cadeia de valor e nas cadernos de especificações específicas do produto com IG, a organização de IG e o seu organismo de controlo terão de decidir os pontos de controlo a efetuar aos produtores de IG de boa-fé, assim como as metodologias de amostragem e os controlos *ex post* a efetuar para dissuadir possíveis infratores das IG.

Gráfico 3.1. Cadeia de Valor Agrícola Normal.



Fonte: oriGIIn, 2021

Etapa 1 Os fatores de produção agrícolas podem ser itens relevantes para controlar se as cadernos de especificações do produto exigem sementes e variedades. Este controlo é menos dispendioso para culturas perenes (como frutas, cacau ou café), ao passo que as leguminosas ou as culturas de ciclo curto podem exigir um maior esforço de controlo. As provas da utilização da variedade autorizada podem ser provenientes, por exemplo, de documentos, visitas *in situ* ou informações por satélite.

Exemplo dos pontos de controlo IG de Ananas Pain de Sucre du Plateau d'Allada-Bénin

Pontos a controlar	Métodos de controlo		
	Autocontrolo	Controlo interno	Controlo externo
Variedade utilizada [o produto só pode ser obtido com a variedade Pain de sucre]	Livro do produtor	Controlo documental	Controlo documental Controlo físico de 100% dos defeitos observados durante o controlo documental

A **etapa 2** trata da produção agrícola do produto num terreno específico que faz parte do território da IG. As especificações do produto podem exigir a realização de determinadas práticas, como a colheita seletiva.

Exemplo do plano de controlo IG de Ananas Pain de Sucre du Plateau d'Allada-Bénin

Pontos a controlar	Métodos de controlo		
	Autocontrolo	Controlo interno	Controlo externo
As parcelas agrícolas situam-se na área geográfica delimitada	Folha de inventário da parcela agrícola	Controlo documental: correspondência entre as parcelas declaradas durante a colheita e a folha de inventário	Controlo documental Controlo físico de 100% dos defeitos observados durante o controlo documental
Manutenção do campo	Livro do produtor	Controlo documental do cumprimento das regras definidas	Controlo documental Controlo físico de 100% dos defeitos observados durante o controlo documental

Etapa 3 Os produtores podem também **implementar** práticas de pós-colheita e contratar práticas de controlo a terceiros, bem como confiar a compradores ou comerciantes locais a quem vendem o produto a realização de tais atividades com vista a obter a certificação IG.

As etapas 4 e 5 tratam das aquisições/compras a nível local, através de comerciantes locais ou regionais que comprem o produto, geralmente, em volumes suficientes, para os ajudar a alcançarem as economias de escala necessárias para vender com viabilidade comercial o produto com IG. Estas partes interessadas podem também fornecer a liquidez necessária, ajudar a rever as especificações comerciais e estabelecer ligações com compradores ou exportadores locais. No entanto, eles não transformam necessariamente o produto ou possuem instalações próprias no território, mas, geralmente, têm a flexibilidade de misturar o produto de diferentes produtores com vista a atender a certas especificações requeridas pelo mercado que possam ser compatíveis com as caderno de especificações de uma IG.

A etapa 6 trata da transformação do produto para o preparar para os clientes. A transformação (¹⁵⁵) neste contexto envolve, geralmente, também a embalagem e a rotulagem. Vale a pena referir que o caderno de especificações dos produtos pode abranger técnicas de transformação ou apenas a conformidade com a utilização da matéria-prima IG, permitindo que o transformador defina os seus próprios métodos de transformação, desde que não utilize matérias-primas não conformes. Com efeito, os transformadores podem utilizar matérias-primas não autorizadas para a IG, a fim de

(¹⁵⁵) Por exemplo, torrar café ou, no caso do cacau, fazer manteiga de cacau ou chocolate.

disponibilizar certas ofertas da sua carteira de produtos. No entanto, mesmo que os cadernos de especificações do produto IG não exijam que os transformadores observem normas de transformação específicas, eles devem cumprir as leis gerais de rotulagem e as normas de rotulagem IG em mercados onde a IG é reconhecida.

As ilustrações das etapas 4, 5 e 6 encontram-se na caixa 3.10: Controlar a Tequila.

A distribuição e a venda a retalho (**etapas 7 e 8**) nem sempre envolvem a transformação do produto ⁽¹⁵⁶⁾. Trata-se de atividades maioritariamente relacionadas com publicidade e promoção. Como tal, os distribuidores e retalhistas, por exemplo, podem vender produtos concorrentes que infringem, induzem confusão ao consumidor ou evocam a IG para produtos não conformes, ao mesmo tempo que vendem pequenas quantidades de produtos genuínos para se afirmarem como *distribuidores de IG de boa-fé*. Estes casos podem ser mais frequentes no retalho online ou em canais alternativos.

Para evitar esta armadilha, o caderno de especificações da IG **Poivre de Penja** indica que a utilização da denominação IG deve ser concedida aos retalhistas pelo grupo gestor da IG. A **Egyptian Cotton™**, por outro lado, encontrou uma forma de eliminar da cadeia de abastecimento os produtos rotulados falsamente, introduzindo um processo revolucionário de testes de ADN e um procedimento de acreditação que garante que o fornecedor utiliza produtos autênticos ⁽¹⁵⁷⁾. Além disso, a lista de fornecedores credenciados está disponível no site da Associação Egípcia de Algodão ⁽¹⁵⁸⁾. O site também lista fabricantes «suspensos» e «na lista negra».

O passo 9 é, naturalmente, crítico. Os consumidores devem receber não só um produto de qualidade e fiável, mas também os conteúdos e a informação que recebem devem refletir as características de diferenciação dos produtos com IG e as garantias implícitas de controlo.

⁽¹⁵⁶⁾ Podem existir determinados requisitos associados à temperatura ou conservação do produto que podem alterar as especificações de qualidade do produto.

⁽¹⁵⁷⁾ Ver, Our Egyptian Cotton™ Accreditation Procedure, <https://www.cottonegyptassociation.com/become-accredited/egyptian-cotton-accreditation-procedure/>

⁽¹⁵⁸⁾ Para mais informações, consultar: <https://www.cottonegyptassociation.com/accredited-manufacturers/>

Caixa 3.8. Garantia da qualidade do produto pelos consumidores, o caso de Faso Dan Fani no Burkina Fasso

Em 2019, o pano **Faso Dan Fani**, um pano artesanal tecida por mulheres no Burkina Fasso, foi protegido. 400 padrões associados a este produto específico foram protegidos pela OAPI. Os primeiros panos certificados faso dan fani já estão disponíveis no mercado. Estes panos estampados com o rótulo Faso Dan Fani são acompanhados por um mecanismo de monitorização e verificação desenvolvido pelo sistema CERTIDOC da Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF). Este mecanismo existe para prevenir a utilização dos padrões protegidos no pano industrial. Permite ao consumidor verificar sempre e em todos os locais a origem e autenticidade do pano que comprou graças às Tecnologias de Informação e Comunicação. Para não cometer erros e evitar falsificações, os consumidores poderão consultar a etiqueta, que agora exhibe várias informações, especialmente sobre a qualidade do tecido. Poderão ainda realizar estas verificações a partir dos seus smartphones, utilizando um código QR ou um código de barras que deve ser piscado.

Em 21 de abril de 2021, em Uagadugu, a Brigada Móvel de Controlo Económico e Repressão da Fraude (BMCRF) apreendeu 10 000 panos industriais contrafeitos, importados e impressos com os fundamentos do pano tecido **Faso Dan Fani**.

Além disso, os cidadãos são convidados a denunciar práticas ilegais no comércio através dos seguintes números gratuitos: 80 00 11 84/85/86, porque proteger **Faso Dan Fani** significa proteger o trabalho de milhares de mulheres no Burkina Fasso.

b) Identificação de pontos de controlo com base numa cadeia de valor específica

Apesar do exemplo geral acima descrito, poderá não ser viável acompanhar as práticas de colheita agrícola ou pós-colheita para os agricultores ou comerciantes locais, ou controlar as práticas de mistura para vários operadores, pelo que as organizações de IG podem, em vez disso, concentrar-se na análise do resultado do produto final em determinadas fases da cadeia de valor. No exemplo acima, se o número de produtores for grande e o foco estiver colocado numa matéria-prima IG (como grãos de café ou de cacau), os controlos de qualidade podem ser realizados após «pontos de transformação». Neste caso, se o número de produtores for elevado e os transformadores se encontrarem em áreas diferentes, os controlos podem ser concebidos em

fases com um certo grau de transformação, tais como após a transformação pós-colheita, quando o produto está pronto a ser enviado para os mercados locais ou de exportação como matéria-prima, ou após a transformação, durante as fases em que o produto IG está a ser preparado para o consumidor final.

Embora estes controlos incidam mais na qualidade do produto do que no desempenho específico dos produtores individuais, é aconselhável que, em todos os casos, exista um certo grau de rastreabilidade que abranja os produtores e os transformadores. Para apoiar a rastreabilidade, é importante produzir documentos em que a identificação dos sujeitos de uma transação de produto com IG esteja claramente declarada em faturas ⁽¹⁵⁹⁾ ou sistemas digitais, incluindo volumes transacionados, data e, se possível, códigos de lote

A título de exemplo, o caderno de especificações do Argane prevê um sistema de rastreabilidade desde a colheita das amêndoas até à comercialização. Os documentos de rastreabilidade são implementados e permitem a identificação em todas as etapas: coleta, secagem, trituração, torrefação e embalagem. Cada operador deve manter um registo concebido nos termos a seguir indicados.

Informações necessárias para a rastreabilidade	Objetivos relativos ao caderno de especificações
Recolha e Secagem	
Nome do membro:	Identificação do membro/fornecedor
Local de colheita.....	Identificação do local de colheita
Data de colheita.....	Identificação da data de levantamento
Duração da secagem.....	Conhecimento das quantidades
Número do lote de matérias-primas:	Avaliação da qualidade
Data de entrega.....	
Quantidade entregue.....	
Número de sacos (60Kg):	
Observações: apreciação visual da qualidade do fruto e a sua secagem.	

Se o produto tiver uma cadeia de valor mais curta, na qual um número mais reduzido de produtores vende diretamente a retalhistas ou distribuidores, os controlos podem centrar-se mais nos produtores com, por exemplo, visitas frequentes às suas instalações e técnicas específicas de amostragem do produto. Os pontos de controlo podem, por conseguinte, estar localizados

⁽¹⁵⁹⁾ Uma possível vantagem adicional da exigência de documentos rastreáveis é a identificação adequada das partes envolvidas na transação através de meios formais num ambiente de transação que, de outro modo, seria informal, prestando-se a alterar ou ocultar preços, quantidades e descrição do produto. Isto aumenta a transparência do sistema de vendas de IG.

noutro local e podem exigir procedimentos de amostragem adaptados às necessidades específicas e aos volumes de produção.

Embora os distribuidores e retalhistas não sejam necessariamente utilizadores autorizados de IG, uma vez que vendem uma vasta carteira de produtos, recomenda-se também estabelecer uma *amostragem ex post* ou de produtos acabados IG em locais de venda a retalho ou mercados online. Isto ajuda a monitorizar o que está a ser vendido usando a reputação do produto IG e cria umnexo com retalhistas que podem inadvertidamente estar sujeitos a vender produtos rotulados incorretamente ou infratores.

Depois de se analisar as informações disponíveis, devem formular-se as questões-chave (¹⁶⁰), se possível, em conjunto com um especialista em controlo, para ajudar a definir o plano de controlo mais eficaz e económico. Estas questões devem abordar as necessidades de supervisão adequada da reputação da IG para evitar o oportunismo e, ao mesmo tempo, uma consideração cuidadosa dos custos de transação envolvidos que podem impedir o sucesso a longo prazo da IG.

B. O Plano de Controlo

O plano de controlo(¹⁶¹) define-se como «um documento específico e adaptável que estabelece o modo como se deve verificar o cumprimento das várias regras do caderno de especificações do produto. Trata-se de um instrumento de gestão que identifica os pontos de controlo que constituem as fases críticas do processo de produção e os meios de verificação da sua conformidade com os requisitos das IG».(¹⁶²). No essencial, o plano de controlo deve responder às questões-chave resumidas na caixa 3.9.

Caixa 3.9 Principais elementos de um plano de controlo

- o(s) ponto(s) crítico(s) a controlar para cada requisito (o quê).
- o método utilizado (visual, análise documental, etc.) (como) e o momento (quando).
- o documento que certifica os controlos (especialmente para autocontrolo e rastreabilidade).
- as sanções relacionadas, em função da gravidade do incumprimento.
- a frequência dos controlos e a cobertura (todos os produtores, amostragem).

(2009), p. 76.

Para ser eficiente e rentável, o plano de controlo deve refletir as realidades da logística do

(¹⁶⁰2009), p. 78-81.

(¹⁶¹) Esta secção é amplamente baseada em Bagal, M. e Vittori (2011).

(¹⁶²) Ver Vandecandelaere et alii (2009) p. 186.

produto e da sua cadeia de valor, tendo em conta as particularidades das cadernos de especificações do produto e as características únicas do produto com IG que podem ajudar a certificar a ligação entre a qualidade do produto e a sua origem.

Cada utilizador de IG deve estar consciente do caderno de especificações do produto e do plano de controlo a que deve obedecer, o que significa os pontos de controlo estabelecidos ao longo da cadeia de valor, o seu papel e os protocolos a utilizar de acordo com os testes envolvidos. Tal pode incluir a aceitação, por parte dos produtores de IG, de inspeções anunciadas ou não das suas instalações. Por conseguinte, para serem utilizadores e/ou beneficiários autorizados de IG (¹⁶³), as cadernos de especificações, documentos e planos de controlo devem ser disponibilizados ao público e devem ser formalmente aceites.

a) Tipos de Controlos

Para maximizar a eficiência e a relação custo-eficácia, os controlos de IG podem tirar partido dos regulamentos existentes já aplicáveis ao produto em causa. Estas práticas podem incluir, entre outras, autorizações de operação, regulamentos de exportação, regulamentos fiscais, autorização para comercializar o produto ou rotulagem e regulamentos de saúde e higiene. O caderno de especificações do produto de IG pode não apenas estabelecer a conformidade com esses regulamentos, mas também pode aproveitar os pontos de controlo existentes para complementá-los com os regulamentos de IG, reduzindo, assim, possíveis custos de transação e controlos demorados num ponto diferente da cadeia de valor.

(¹⁶³) A distinção entre beneficiários e utilizadores autorizados é útil para as IG nas quais existe um grande número de produtores que não podem ser visitados individualmente, mas cujo produto é vendido para comercialização e/ou transformação a outras partes interessadas da cadeia de valor, que devem cumprir determinadas especificações e podem submeter-se a controlos regulares.

Caixa 3.10. Controlar a Tequila

Os mecanismos de controlo bem-sucedidos do Conselho Regulador da Tequila (CRT) têm sido um fator-chave para o aumento da confiança da bebida Tequila entre as partes interessadas e consumidores internos e externos em todo o mundo. O CRT é credenciado e aprovado de acordo com a legislação mexicana e é o órgão que avalia se a norma está a ser cumprida e verifica a conformidade com a norma Tequila, conforme definido na lei mexicana. O CRT está, portanto, autorizado a realizar atividades como unidade de verificação, organismo de certificação e laboratório de ensaios. Trata-se de um organismo do setor privado, uma entidade sem fins lucrativos com responsabilidades nacionais e internacionais, com legitimidade jurídica própria e processos decisórios imparciais.

Do ponto de vista agrícola, a Tequila só pode ser produzida a partir de uma variedade particular da planta Agave (conhecida como variedade azul Tequilana Weber) cultivada em plantações registadas localizadas em 181 municípios em 5 estados mexicanos. O produtor agrícola deve registar junto do CRT a idade de todas as suas plantações, a sua área, o número de plantas, as práticas culturais realizadas e o estado fitossanitário.

Os transformadores e engarrafadores de Tequila devem comprar a sua matéria-prima (agave da variedade necessária) a plantações registadas, documentando e registando as transações para eventuais auditorias do CRT. Esta rastreabilidade é documentada com formulários e guias de transporte do CRT. As instalações de transformação devem situar-se no território de origem, embora para certas categorias de Tequila seja permitido o engarrafamento fora do território. As instalações de processamento devem ser inspecionadas e aprovadas para o processamento de Tequila. Os produtores autorizados devem igualmente submeter as suas marcas individuais à aprovação e ser avaliados quanto à sua conformidade. Todas as instalações e marcas aprovadas são publicadas no site do CRT para que distribuidores e retalhistas possam verificar se os seus fornecedores cumpriram a regulamentação aplicável.

Na área de conhecimento do produto, o CRT desenvolveu uma rede de alianças de entidades similares em todo o mundo, assim como alianças locais com entidades de investigação e académicas. As organizações irmãs de IG enfrentam desafios semelhantes em todo o mundo e aprendem umas com as outras. Entre elas contam-se a associação mexicana de IG e as organizações de IG encarregadas de regular o uísque escocês, o conhaque, o champagne, o prosecco, o vinho Rioja, o vinho Ribera del Duero, o vinho Jerez (vinho xerez), entre outros. Para combater possíveis infrações no comércio internacional, o CRT tem relações de trabalho com várias agências governamentais mexicanas, incluindo a Agência de Propriedade Industrial (IMPI), o Ministério das Relações Exteriores e a agência aduaneira mexicana. Entre os aliados internacionais, contam-se a Organização Mundial das Alfândegas, os laboratórios de saúde pública de Madrid, o Departamento de Comércio e Impostos sobre o Álcool e o Tabaco dos EUA, a Interpol e a Europol.

Finalmente, o CRT tem sido um apoiante de longa data do oriGIn, mantendo-se a par das alterações regulamentares e opções para melhorar os seus programas de fiscalização.

As autoridades nacionais podem também exigir aprovações específicas antes de concederem a autorização de utilização de uma IG. Estas aprovações podem ser delegadas em organismos públicos ou privados especializados, que podem igualmente verificar a conformidade com o caderno de especificações do produto, de acordo com o plano de controlo.

O plano de controlo descreverá a frequência dos controlos nas diferentes fases da cadeia de valor. Podem ser aplicados habitualmente diferentes tipos de controlos para cada lote de produção, que devem ser identificáveis, ou aplicados com alguma regularidade com práticas de amostragem frequentes. Podem variar para primeiras certificações, por exemplo, exigindo testes de produtos e *visitas in situ*, e podem ser realizadas aleatoriamente em diferentes pontos ao longo da cadeia de valor, ou através de procedimentos de amostragem direcionados com base em expectativas razoáveis de possíveis infrações.

Os tipos habituais de controlos incluem documentos que podem certificar a rastreabilidade do produto (tais como faturas do produtor, guias de transporte, documentos de exportação), verificação do processo (que pode exigir visitas às instalações de produção ou transformação para verificar se as principais condições IG são cumpridas) e/ou testes técnicos do produto (que exigem procedimentos de amostragem e uma análise técnica durante a produção ou em determinados pontos da cadeia de valor ⁽¹⁶⁴⁾). Estes controlos e ensaios devem ser normalizados e imparciais, de acordo com protocolos aceites ⁽¹⁶⁵⁾.

Os controlos podem ser mais rigorosos a primeira vez que a IG é utilizada. O plano de controlo pode, então, exigir controlos subsequentes numa base regular e com procedimentos de amostragem regulares. A execução do plano de controlo pode contar com a realização de autoverificação pelos produtores (autocontrolo, detalhando os seus próprios registos), verificação por uma segunda parte (controlo interno pela organização IG) e/ou verificação por terceiros ⁽¹⁶⁶⁾.

A verificação por terceiros geralmente envolve um órgão ou agência externa ou independente credenciada que avalia e verifica (por escrito, emitindo um certificado) a qualidade do produto de acordo com as especificações estabelecidas, sem viés comercial ou político. No entanto, deve-se ter cuidado na seleção de um processo de verificação imparcial quanto ao seu custo, frequência e definições de controlo. A «Estratégia Continental para as

⁽¹⁶⁴⁾ Tal pode incluir, por exemplo, testes de painel de qualidade ou análise de conteúdo químico.

⁽¹⁶⁵⁾ Em determinadas legislações, nomeadamente na Europa, os laboratórios que realizam ensaios técnicos devem cumprir a norma ISO 17025, a fim de assegurar a coerência dos resultados e das competências. O processo de amostragem e garantia de imparcialidade é regido pela norma ISO 17065, que garante métodos imparciais e testes cegos.

⁽¹⁶⁶⁾ Ver Vandecandelaere et al., 2009.

Indicações Geográficas em África 2018-2023» da União Africana apelou a que se evitem custos inaceitáveis de certificação de terceiros que podem aumentar os custos de transação ao ponto de as IG ficarem fora do alcance dos consumidores locais. Neste sentido, é recomendável uma estrutura bem definida e imparcial que execute os controlos necessários sem incorrer em taxas excessivas (ver Caixa 3.10).

Recomenda-se que a lista das empresas e operadores que obtiveram a sua certificação seja tornada pública, geralmente através de um sítio Web, para que os compradores e operadores de boa-fé possam consultá-la antes de efetuarem transações.

Caixa 3.11. Controlar o Café de Colômbia (CoC).

A Federação Colombiana de Cafeicultores (FNC) é a organização de IG para **Café de Colômbia** (CdC). A nível agronómico, os requisitos do CdC incluem a utilização de determinadas variedades da espécie *Coffea Arabica*. Os agricultores podem plantar essas variedades em áreas dentro do país que são definidas por uma lista de províncias e faixas de altitude dentro dessas províncias. Aplicam-se processos seletivos de colheita e pós-colheita. Os agricultores e as suas explorações estão registados no Sistema de Informação do Café (SICA) da FNC, que já registou mais de meio milhão de agricultores. Todos têm acesso a um crachá de identificação da FNC. As explorações agrícolas são regularmente visitadas por mais de 1 000 trabalhadores de extensão da FNC que os apoiam com aconselhamento sobre rendimentos e processos de qualidade e atualizam e verificam as informações do SICA.

A cadeia de valor relacionada com a moagem do café a seco exige que moleiros, torrefatores e fabricantes de café solúvel sejam registados e obtenham um certificado de produto. A Fundação Colombiana para a Certificação do Café (Cafecert) é uma entidade independente acreditada pela norma ISO 17065 responsável pela certificação dos produtos Café de Colômbia (CdC) na Colômbia e internacionalmente a partir desses transformadores. A Cafecert pode utilizar laboratórios de café certificados pela ISO 17025 para realizar determinadas análises de qualidade na Colômbia e noutros lugares. A lista dos moleiros, torrefatores e fabricantes de café solúvel que cumprem as especificações é tomada pública.

A FNC também realiza algumas atividades para amostragem de cafés como recurso a CdC na Colômbia e internacionalmente. As amostras são recolhidas nos principais mercados, como os EUA e a Europa, recorrendo a práticas de compras cegas ou através de amostragem direcionada. Os cafés recolhidos são enviados para os laboratórios de acordo com as instruções da Cafecert. Se houve uma infração nos mercados internacionais, a FNC trabalha em estreita colaboração com o serviço externo da Colômbia e uma rede de aliados, incluindo a oriGIn.

As práticas agronómicas e as normas de qualidade estão estreitamente ligadas às normas internacionais e à investigação local. Assim, a agenda do conhecimento, financiada em parte com agências de cooperação locais e programas governamentais, é desenvolvida através do Cenicafe da FNC (o seu ramo de investigação e desenvolvimento), e suas subsidiárias Almacafé (para especificações de qualidade verde e torrada) e Buencafé (para especificações e conhecimento de café solúvel).

b) A implementação dos planos de controlo

O reconhecimento das IG e a rotulagem associada implicam uma garantia por parte da organização de IG e dos produtores envolvidos de que o produto que utiliza o rótulo respeita as características de qualidade e proveniência que deram origem à sua proteção. Por conseguinte, em primeiro lugar, a organização de IG e a sua entidade de controlo devem exercer controlos

razoáveis com os produtores e transformadores de IG através de um sistema de controlo interno centrado no cumprimento do caderno de especificações do produto. O incumprimento pode surgir por várias razões: pode ser accidental, por falta de conhecimento adequado, ou por má-fé, entre muitas outras possibilidades. Deve haver sempre uma consequência para um evento de incumprimento (uma observação ou sanções graduais) que deve ser documentado e decidido com base nos seus méritos de acordo com os regulamentos de IG existentes. A ausência de consequências pode dar origem a comportamentos de imitação ou à falta de pressão social ou de medidas e processos de autocontrolo do produtor/transformador ⁽¹⁶⁷⁾, em detrimento da governação global do regime.

Os testes de verificação também devem ser feitos em produtos encontrados no mercado que utilizam, evocam ou imitam o rótulo de IG. Isto exigirá um sistema para recolher amostras e documentar como e onde essas amostras foram recolhidas, bem como testá-las. Deve fazer-se um esforço para evitar que as partes interessadas internas ou os utilizadores de IG acreditem que os potenciais infratores não enfrentam consequências pelas suas ações, pelo que devem ser incentivados a fornecer também amostras suspeitas. Deste modo, evitar-se-ão rumores de que os infratores ficam impunes pelo mau comportamento e encorajar-se-á uma responsabilidade comum de proteger a reputação coletiva. Por conseguinte, os produtores, utilizadores e aliados da IG podem ajudar na recolha de amostras suspeitas em mercados locais ou estrangeiros, desde que tenham em conta a forma como as amostras são recolhidas, permitindo a possibilidade de as organizações de IG ou os organismos de controlo recolherem amostras semelhantes no mesmo mercado para recolha e verificação imparciais de amostras.

Para além dos produtores de IG que não cumpram com o caderno de especificações do produto, outros produtores, transformadores, comerciantes, distribuidores ou retalhistas podem estar envolvidos na comercialização, voluntária ou involuntariamente, de produtos com IG. Por conseguinte, é importante documentar os procedimentos de amostragem e análise ⁽¹⁶⁸⁾ para todos os casos, a fim de fundamentar adequadamente as ações ou queixas de cessação e desistência. Dependendo da legislação e dos possíveis custos das ações judiciais, em algumas situações, poderá ser adequado, para casos de infração documentados específicos, notificar os distribuidores ou retalhistas envolvidos na sua comercialização de que os produtores envolvidos não constam do registo de produtores com IG ou de que não se encontram em

⁽¹⁶⁷⁾ Unido (2010) sublinha a criação de condições para o autocontrolo através de uma governação forte e de um diálogo frequente.

⁽¹⁶⁸⁾ Em muitos casos, a má-fé só pode ser deduzida através da documentação de comportamentos repetitivos, pelo que poderá ser adequado assegurar que os produtos em infração tenham datas de processamento diferentes e números de lote diferentes.

conformidade com o caderno de especificações. Estas comunicações, que podem ser enviadas por associações de IG ou pela própria organização de IG, podem levar os retalhistas a ajustarem os seus processos de aquisição para evitar fazer parte de uma ação judicial de propriedade intelectual e evitar litígios dispendiosos.

C. O papel do conhecimento do produto

Tal como mencionado, o desenvolvimento de uma agenda de conhecimento do produto pela organização de IG (em cooperação com instituições de investigação ou académicas ou outros possíveis aliados) proporciona benefícios significativos em termos de correção de possíveis assimetrias de informação entre compradores e vendedores e geração de narrativas racionais baseadas na ciência que justificam um preço mais alto para compradores e consumidores.

Outro benefício de uma agenda de conhecimento é a capacidade de identificar e detetar produtos infratores com base na composição química do produto bruto ou transformado, eliminando a dependência de painéis de qualidade ou outros métodos que possam ser questionados num processo de infração. O conhecimento decorrente desses projetos de investigação também pode ser incorporado nos planos de controlo e pode até mesmo reduzir a amostragem e a análise de custos a longo prazo.

A definição da autoridade de controlo e dos sistemas de verificação pode ser complexa, uma vez que, em muitos casos, os peritos que têm o conhecimento mais profundo sobre o produto podem estar envolvidos na associação de IG e podem ter interesses comerciais, ao passo que os sistemas de terceiros podem tornar-se muito dispendiosos. Os controlos externos devem ser realizados idealmente por organismos de certificação acreditados pela norma ISO 17 065 (públicos ou privados). Como o Camboja ainda não dispõe de um sistema de acreditação de IG ou de organismos de certificação cambojanos que sejam reconhecidos internacionalmente, as IG cambojanas controladas e certificadas são inspecionadas por organismos de certificação estrangeiros acreditados na UE ⁽¹⁶⁹⁾.

⁽¹⁶⁹⁾ Delphine Marie-Vivien, Isabelle Vagneron, One Size Fits All ou Tailor-Made? Building Appropriate Certification Systems for Geographical Indications in Southeast Asia, World Food Policy, janeiro de 2016.

agendas através de instituições locais de investigação ou académicas.

Caixa 3.12 Apoio governamental aos controlos no caso de Safran de Talouine (Marrocos)

O açafraão é tradicionalmente cultivado na região de Souss Massa Drâa (SMD), na comuna de Taliouine, há, pelo menos, quatro séculos. O início do processo de IG data de 2007 e agora a IG é plenamente reconhecida em Marrocos. O controlo de qualidade é efetuado, em primeiro lugar, pelos próprios produtores, graças à formação ministrada pelo Conselho Regional, que depois monitoriza os produtores uma vez por ano. Um terceiro controlo é realizado pela Normacert, o organismo de certificação acreditado, que é responsável pela emissão do certificado de conformidade. As verificações são feitas uma vez por ano, aleatoriamente, em todas as etapas de produção e processamento, tanto no caso do controlo realizado pelo Conselho Regional do SMD como no caso do controlo realizado pela Normacert. Quanto aos custos de certificação, as cooperativas e os grupos de interesses económicos recebem subsídios estatais, ao passo que as empresas privadas pagam uma taxa fixa de 8 000 Dh (745 euros) por ano.

(Fonte: FAO-BERD, 2018)

D. Consequências e sanções

Como referido anteriormente, o incumprimento por parte dos produtores de IG devido à violação das regras ou dos processos de produção adequados e dos requisitos detalhados no caderno de especificações do produto deve dar origem a consequências. Estas consequências devem ser graduais, desde simples observações ou advertências até à potencial exclusão do(s) respetivo(s) produtor(es) da associação de IG e à retirada do direito de utilização da rotulagem associada à IG. A Caixa 3.13 apresenta uma lista de eventuais sanções.

As consequências e sanções devem ter em

Caixa 3.13 Exemplos de sanções por incumprimento dos requisitos em matéria de IG

Em geral, existem várias categorias de sanções mais ou menos graves. As sanções podem ser económicas (multas, proibição de utilização do nome coletivo, desclassificação do produto) ou sociais (exclusão do grupo).

A escala das penalizações e sanções é progressiva e aplicada em função da gravidade dos elementos de incumprimento identificados. Por exemplo,

Se a não conformidade não tiver impacto na qualidade do produto:

1. observação.
2. atenção. Os elementos não conformes podem afetar a qualidade do produto, mas a sinceridade do operador não está claramente em causa.
3. rejeição do lote de produtos. No entanto, se os elementos não conformes afetarem a credibilidade da qualidade do produto e/ou a sinceridade da transação for claramente questionável:
4. exclusão temporária dos benefícios da certificação.
5. exclusão definitiva dos benefícios da certificação.

conta uma série de fatores, tais como a magnitude dos danos reais, potenciais e/ou posteriores para a reputação das IG, se se trata de um comportamento repetido detetado após a adoção de medidas corretivas, se o produtor em causa não foi informado ou não interpretou corretamente as regras aplicáveis, ou se as ações foram conscientes e claramente direcionadas para tirar proveito indevido da rotulagem de IG para obtenção de ganhos económicos ou de outro tipo. O devido processo legal deve ser observado em todos os casos, dando às partes interessadas a oportunidade de apresentarem os seus argumentos e explicações perante um órgão sancionatório e evitando, assim, processos tendenciosos ou animosidades pessoais.

As sanções podem ser económicas (¹⁷⁰) e sociais (informar sobre o comportamento uma vez confirmado pelo organismo competente, o que pode levar à suspensão ou exclusão do(s) respetivo(s) produtor(es) da associação de IG). É importante que os processos que conduzem a decisões de governação sejam conhecidos por motivos de transparência, mas também para sensibilizar para o carácter imperativo do cumprimento do caderno de especificações (¹⁷¹).

Conclusões e recomendações

A «jornada das IG» nos países africanos ao longo dos últimos 20 anos, que inclui o envolvimento de partes interessadas locais e internacionais, produziu resultados significativos. As autoridades nacionais e os produtores locais compreenderam melhor a lógica e a finalidade das IG. Tal reflete-se nas reformas que reforçaram os quadros legais nacionais e regionais, com a adoção de sistemas *sui generis*, a seleção de potenciais IG a nível nacional, a finalização de investigações e estudos sobre a ligação entre os produtos identificados pelas IG e o respetivo meio geográfico e o registo de um número crescente de IG locais após a elaboração de um caderno de especificações sólido dos respetivos produtos.

No entanto, para que uma IG seja plenamente bem-sucedida e contribua para o desenvolvimento da sua comunidade, devem verificar-se várias condições adicionais, juntamente com uma qualidade relacionada com o ambiente geográfico de um produto e um sistema legal sólido de reconhecimento e proteção. É necessário que existam associações de produtores fortes que estejam em condições de lidar com o processo de registo, mas também de

(¹⁷⁰) Em certas legislações, as sanções só podem ser impostas por uma autoridade governamental. Nestes casos, a associação de IG deve documentar o processo sancionatório e as provas perante esta autoridade para a sua decisão final. Um exemplo híbrido de sanções económicas pode ser a obrigação de o produtor ou o transformador envolvidos cobrirem os custos adicionais envolvidos nos testes adicionais e nos procedimentos administrativos incorridos pela associação de IG.

(¹⁷¹) Ver Bagal e Vittori (2011).

realizar atividades legais e promocionais, assim como de gerir potenciais problemas que possam surgir entre os produtores; sistemas de controlo independentes para assegurar o mais elevado nível de credibilidade; e a compreensão plena das questões emergentes relacionadas com a sustentabilidade, com a sua componente social, económica e ambiental. No que diz respeito a estas questões, os progressos em África são ainda limitados. Algumas regulamentações nacionais já exigem que apenas as organizações de produtores representativas e abertas possam solicitar a proteção das IG. Mas, quando existem, esses organismos oferecem serviços limitados. Entretanto, quando os sistemas de controlo são criados, estes são principalmente «internos», realizados pelos próprios produtores ou pela sua associação. Estas insuficiências impedem as IG africanas de desenvolverem todo o seu potencial fora do país.

Tendo em conta o anteriormente exposto, foram formuladas as seguintes recomendações para as partes interessadas nacionais e internacionais envolvidas no desenvolvimento de IG em África, com o objetivo de contribuir para uma implementação bem-sucedida da Estratégia Continental para as Indicações Geográficas em África 2018-2023.

RECOMENDAÇÃO 1

Intensificar os esforços destinados a **sensibilizar África para a lógica e a finalidade das IG**. Tal deve ser feito **através da afetação de recursos adicionais e de uma maior coordenação entre as partes interessadas**. Além disso, **a identificação das IG deve prosseguir a nível nacional**, nomeadamente através da realização de estudos sobre a ligação entre os produtos identificados e os respetivos contextos geográficos, da elaboração de especificações sólidas dos produtos e do incentivo ao registo das IG locais.

RECOMENDAÇÃO 2

Criar as condições e lançar os procedimentos para a ratificação do Ato de Genebra da OMPI do Acordo de Lisboa, que está aberto a organizações regionais como a OAPI, **com vista a assegurar a proteção efetiva das IG locais nos mercados regionais e internacionais**.

RECOMENDAÇÃO 3

Sensibilizar para o papel das organizações de produtores, dotadas de uma boa governação e de capacidades de gestão, como fator fundamental para o êxito das IG. Os projetos específicos de assistência técnica devem explicar que, unindo esforços, os produtores e outras partes interessadas nas IG podem atingir uma massa crítica para realizar atividades relacionadas, por exemplo, com a promoção e a investigação que seriam impossíveis de realizar individualmente. A experiência de organizações de IG bem-sucedidas noutros países em desenvolvimento e, sempre que possível, num país da UE, pode ser apresentada como um modelo a adaptar às situações locais.

RECOMENDAÇÃO 4

Sensibilizar para a necessidade de adotar mecanismos de controlo independentes e imparciais acessíveis aos produtores e em prol da credibilidade de uma IG, assim como de estratégias de comunicação dirigidas aos consumidores. A experiência de grupos de IG bem-sucedidos noutros países em desenvolvimento e, sempre que possível, num país da UE, deve ser apresentada como uma boa prática a adaptar às situações locais.

RECOMENDAÇÃO 5

Sensibilizar para a necessidade de enfrentar os desafios emergentes relacionados com a sustentabilidade económica, social e ambiental, em estreita coordenação com projetos de assistência técnica centrados na ação e nos controlos coletivos (recomendações 3 e 4). Por um lado, os progressos no sentido de uma produção mais sustentável podem ser intensificados através de organizações de produtores credíveis. Por outro lado, uma vez implementados, os sistemas de controlo serão também úteis para monitorizar o cumprimento dos objetivos/requisitos de sustentabilidade definidos pelos próprios produtores, pelos decisores políticos e/ou pelo mercado (retalhistas, consumidores).

Bibliografia

Ackerman N, Russo F, Adding value to traditional products of regional origin: A guide to creating a quality consortium, Vienna: United Nations Industrial Development Organization, 2010, https://www.unido.org/sites/default/files/2011-07/ENG_Publication%20ORIGIN_0.pdf

Adil Roumane, Structures coopératives et valorisation économique de la biodiversité, Cas de la filière d'huile d'argan au Maroc. 2017, <https://www.cairn.info/revue-recma-2017-4-page-59.htm?contenu=resume>

Africa-Europe Youth Summit, The Abidjan declaration, 4th Africa-Europe Youth Summit, 9 - 11 October 2017, Abidjan, Côte d'Ivoire, 2017, https://africa-eu-partnership.org/sites/default/files/userfiles/4th_africa-europe_youth_summit_-_abidjan_declaration_2017.pdf

African Regional Intellectual Property Organisation (ARIPO), the Banjul Protocol on Marks, 2019, <https://www.aripo.org/wp-content/uploads/2018/11/Banjul-Protocol-2019.pdf.pdf>

African Union (AU), Agreement establishing the African continental free trade area, 2018, https://au.int/sites/default/files/treaties/36437-treaty-consolidated_text_on_cfta_-_en.pdf

African Union (AU), Continental Strategy for Geographical Indications in Africa 2018-2023, <https://au.int/en/documents/20190214/continental-strategy-geographical-indications-africa-2018-2023>

AfrIPI, Intellectual Property and Innovation in Africa, Overall and Annual work plan, 2020-2021, <https://internationalipcooperation.eu/en/afripi/activities>

Agence Française de Développement (AFD), Fonds Français pour l'Environnement Mondial, Savoirs communs n°9 Indications géographiques : qualité des produits, environnement et cultures, savoirs communs, 2010, https://agritrop.cirad.fr/557692/1/document_557692.pdf

Allen, D.W, What are transactions costs? Res. Law Econ. 14, 1–18. and Society, 37: 315-338, 1991
<https://www.sfu.ca/~allen/WhatAreTransactionCosts.pdf>

ARIPO – “The protection of geographical indications (GIs) in Africa”. Presentation for Information seminar on the implementation of the EU-ESA interim EPA - Balacava, Mauritius, March 2012.

Ayres, C. E. “The coordinates of institutionalism,” American Economic Review 41 (May), 47–55, 1951.

Bagal, M. e Vittori, M. Practical Manual on Geographical Indications for ACP Countries. A publication by CTA and oriGIn, 2011, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/OriGIn_publications/manual_acpcomplet.pdf

Bagal, M., Belletti, G., Marescotti, A., Onori, G. "Study on the potential of marketing of Kenyan Coffee as Geographical Indication" - Estudo de caso relacionado com o estudo sobre o potencial de comercialização de produtos agrícolas dos países ACP utilizando indicações geográficas e marcas de origem. REED -dezembro 2013.

Barjolle, D. e Vandecandelaere, E. Identification of origin-linked products and their potential for development. A methodology for participatory inventories, FAO, 2012, <http://www.fao.org/3/a-au686e.pdf%20>

Impacts of geographical indications: review of methods and empirical evidences. In IAAE Congress 2009. Acesso em http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/51737/2/PaperIAAE2009_85.pdf

Barjolle, D; Quinonas-Ruiz, XF; Bagal, M; Comoe, H. "The Role of the State for Geographical Indications of Coffee: Case Studies from Colombia and Kenya." WORLD DEV. 2017; 98: 105-119

Belletti, G.; Marescotti, A. "Evaluating Geographical Indications initiatives: a practical guide" manuscrito FAO-UNIFI, 2018

Belletti, G.; Marescotti, A. e Touzard, J.M. "Geographical Indications, Public Goods and Sustainable Development: The roles of actors' strategies and public policies". World Development, World Development 98:45-57 June 2017, doi:10.1016/j.worlddev.2015.05.004.

Belmin, R., François Casabianca, F., Meynard, J.M. "Contribution of transition theory to the study of Geographical Indications" Environmental Innovation and Societal Transitions 27 (2018) 32–47

Benavente, D. The economics of geographical indications. Geneva: Graduate Institute Publications, 2013, <http://books.openedition.org/iheid/525>

Bertil Thiedig, Welcome to the Club? - An Economical Approach to Geographical Indications in the European Union, 2000, https://www.researchgate.net/publication/241883687_Welcome_to_the_Club_An_Economical_Approach_to_Geographical_Indications_in_the_European_Union

Bienabe, E. e Marie-Vivien, D. Institutionalizing Geographical Indications in Southern Countries: Lessons Learned from Basmati and Rooibos". World Development. 98, pp. 58–67, 2017

Bienabe, E., Kirsten, J., & Bramley, C. Collective action dynamics and product reputation. In E. Bienabe, J. Kirsten, & C. Bramley (Eds.), *Developing geographical indications in the south. The Southern African experience* (pp. 51–72). Netherlands: Springer, 2013.

Blakeney, M., e Mengistie, G. “Geographical Indications in Africa: Opportunities, Experiences and Challenges”. University of Western Australia- Faculty of Law Research Paper 2017

Bonchek, M. How to Build a Strategic Narrative. Harvard Business Review. March 2016, <https://hbr.org/2016/03/how-to-build-a-strategic-narrative>

Bramley, C., e Biénabe, E. Why the Need to Consider GIs in the South? In C. Bramley, E. Bienabe e J. Kirsten (Eds.), *Developing Geographical Indications in the South* (pp. 1-14), 2013.

Brandenburger, A. M., e Nalebuff, B. J. Chabrol, D., Mariani, M., & Sautier, D. Establishing geographical indications without state involvement? Learning from case studies in Central and West Africa. *World Development*, Volume 98, páginas 68-81, 2015.

Brundtland, G.H. *Our Common Future. Relatório da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.* Nações Unidas, 1987.

Burundi, Lei n.º 1/13, de 28 de julho de 2009, relativa à Propriedade Industrial no Burundi, 2009, https://www.wipo.int/tk/en/databases/tklaws/articles/article_0003.html

Burundi, Portaria n.º 540/2047, de 24 de dezembro de 2012, sobre Procedimentos de Arquivamento e Registo de Indicações Geográficas, 2012, <https://wipolex.wipo.int/ar/text/413233>

Cabo Verde, Código da Propriedade Industrial (aprovado pelo Decreto-Lei n.º 4/2007, de 20 de agosto, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/6422>)

Centre Suisse de Recherche Scientifique, Indicateur Géographique (IG) pour les produits terroir ivoirien: Accroître l'impact socioéconomique et culturel de l'Attikié en Côte d'Ivoire, 7 de janeiro de 2016, https://www.csr.ch/detail_articles.php?idArt=12

Charlery de la Masselie're, B., & Mbataru, P. (2007). LesChinedu, O., Manyise, T., Moruzzo, R. "Protected geographical indication in sub-saharan africa: issues and implications" Artigo no Journal of Intellectual Property Vol. 1 No. 2. Junho de 2017.

Chinedu, O., Manyise, T., Moruzzo, R. "Protected geographical indication in sub-saharan africa: issues and implications" Artigo no Journal of Intellectual Property Junho de 2017.

CIRAD, Fundo de Apoio GI, 2021, <https://www.facilite-ig.fr/en>

Commons, João. "Institutional Economics". The American Economic Review, Vol 21 No. 4, 1931.

Conneely, R., Mahon, M. " Protected geographical indications: Institutional roles in food systems governance and rural development " Geoforum 60,14–21, 2015.

Cornforth, Chris. The Governance of Public and Non-Profit Organizations. Londres: Routledge, 2003.

Daviron, B. " Coffee qualities and territories: an historical viewpoint ". In Coffee: terroirs and quality, editado por Montagnon, C. Editions Quae. Versalhes: 21-36, 2006.

Delphine Marie-Vivien e Estelle Biénabe, The Multifaceted Role of the State in the Protection of Geographical Indications: A Worldwide Review, 2017, https://econpapers.repec.org/article/eeewdevel/v_3a98_3ay_3a2017_3ai_3ac_3ap_3a1-11.htm

República Democrática do Congo, Lei n.º 82-001, de 7 de janeiro de 1982, relativa à Propriedade Industrial, 1982, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/7499>

Denis Sautier (CIRAD), Eric Champion e Claude Sarfati (INAO), Indications géographiques en Afrique francophone : actions d'appui 2005 de l'INAO et du CIRAD auprès de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle, 2006, https://agritrop.cirad.fr/539864/1/document_539864.pdf

Denis Sautier, O Cabrito de Tete Fase 2 – Teste de degustação e formação de um Agrupamento, 2017, https://agritrop.cirad.fr/590321/1/2017%20Mo%C3%A7ambique%20a%20fase_Indica%C3%A7ao%20Geografica%20Cabrito%20de%20Tete_12%202017_D%20Sautier%20OMPI.pdf

Djibouti, Lei n.º 50/AN/09/6.^a L, de 19 de julho de 2009, relativa à Proteção da Propriedade Industrial, 2009, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/6124>

Edelmann, H., Quiñones-Ruiz, X. Penker, M., Scaramuzzi, S., Broscha, K., Jeanneaux, P., Belletti, G., e Marescotti, A. Social Learning in Food Quality Governance – Evidences from Geographical Indications Amendments. International Journal of the Commons, 14(1), pp. 108-122, 2020, DOI: <https://doi.org/10.5334/ijc.968>

Elkington. J. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, New Society Publishers, 1998.

Comissão Europeia. " Report of the workshop on geographical indications and origin marketing " organizado pela URSB, ARIPO e UE. Humura Hotel, Kampala, Uganda, 10-11 de outubro de 2013

Comissão Europeia. Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs) Relatório final. Consultado em 28 de agosto de 2020 de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a7281794-7ebe-11ea-aea8-01aa75ed71a1>

Comissão Europeia, Study on the economic value of EU quality schemes, geographical indications (IG) and traditional specialities guaranteed (ETGs), por AND International e ECORYS, 2019, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a7281794-7ebe-11ea-aea8-01aa75ed71a1>

European Union Intellectual Property Office (EUIPO), Catherine Teyssier, Support to the development and protection of geographical indications in view of an upcoming EU-funded project in Africa - Screening of potential geographical indication products within the ARIPO area, 2019.

European Union Intellectual Property Office (EUIPO), Opposition Division's decision concerning the international trade mark registration designating the European Union 22/05/2019,1 474 686, 'CHAMPAWS' in Class 31, 2020, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/oriGIIn_Alert/Decision_EUIPO_-_CHAMPAWS_002.pdf

União Europeia, Acordo Provisório que estabelece um quadro para um Acordo de Parceria Económica entre os Estados da África Oriental e Austral (Comores, Madagáscar, Maurícia, Seicheles, Zâmbia e Zimbabué), por um lado, e a Comunidade Europeia e os seus Estados-Membros, por outro, 2012,

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX
3A22012A0424%2801%29](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:3A22012A0424%2801%29) %

Florent Nkouasseu. Agro-PME, Cahier des charges de l'IG Poivre de Penja, 2012

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), Quality and Origin Program. Quality & Origin Identification Tool. Questionário disponível em <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/identification-tool/identification-tool/about-olq/en/>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), European Bank for Reconstruction and Development, Strengthening sustainable food systems through geographical indications. An analysis of economic impacts, 2018, <http://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1175499/>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), Linking people, places and products, A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications (, 2009, <http://www.fao.org/3/i1760e/i1760e00.pdf>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), The Quality Approach Linked to the Origin of Shallots from Dogon Country in Mali, 2012, <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433639/>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), La démarche de qualité lié à l'origine du Casamance, Senegal, 2012, <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433640/>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), Ministère de l'Agriculture et de la Pêche du Royaume du Maroc, Manuel de Procédures pour la Commission Nationale des Signes Distinctifs d'Origine et de Qualité, 2010, <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/documents/ManueldeProcEdurespourlaCommission.pdf>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), Relevance of a Geographical Indication for Salt from Senegal's Pink Lake, 2018, <http://www.fao.org/3/a-i7938f.pdf>

Food and Agricultural Organization of the United Nations (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) (FAO), Violet de Galmi, 2011: <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/resources/detail/ar/c/433498/>

Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78–104.

Lei Geográfica do Gana 659 (2003), <https://wipolex.wipo.int/fr/text/223003>

Gibbon, P., Bair, J., Ponte, S., Governing global value chains: an introduction. *Economia*, 2008.

Gibbon, P., Ponte, S. (2005) *Trading Down: Value Chains, and the Global Economy*

Giovanucci, D., Josling, T. E., Kerr, W., O'Connor, B., & Yeung, M. T. Guide to geographical indications: Linking products and their origins. Geneva: International Trade Center, 2009, https://web.archive.org/web/20170808193721id_/https://mpra.ub.uni-muenchen.de/27955/1/MPRA_paper_27955.pdf

Glasbergen, P. " Smallholders do not Eat Certificates" Ecological Economics. Volume 147, maio de 2018, páginas 243-252.

Glé Koffi Emmanuel, Qualification des produits agricoles locaux et indications géographiques en Afrique de l'ouest: cas du riz de Kovie au Togo, 2010, <https://www.theses.fr/2010NSARE031>

Grabs, J., Auld, G., Cashore B. "Private regulation, public policy, and the perils of adverse ontological selection" - Regulation & Governance (2020) doi:10.1111/rego.12354

Grabs, J., Ponte, S. " The evolution of power in the global coffee value chain and production network". Journal of Economic Geography (2019) pp. 1–26 doi:10.1093/jeg/lbz008

Graeub, B.E., Chapell, M.J., Wittman, H., Ledermann, S., Kerr, R.B., Gemmill-Herren, B., 2016. The state of family farms in the world. World Dev. 87, 1–15.

Hardin G (1968) The tragedy of the commons. Science, 162 (3859): 1243-1248.

Inglehart, R., C. Haerper, A. Moreno, C. Welzel, K. Kizilova, J. Diez-Medrano, M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. World Values Survey: Round Six - Country-Pooled Datafile Version, Madrid: JD Systems Institute, 2020 <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> .

Institut national de l'origine et de la qualité (Instituto Nacional de Origem e Qualidade) (INAO), International cooperation, <https://www.inao.gov.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite/Les-missions-de-l-INAO/Cooperation-internationale>

International Co-operative Alliance (Aliança Cooperativa Internacional) - Guidance Notes to the Co-operative Principles. 2015. <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/ica-guidance-notes-en-310629900.pdf> (Consultado em 14 de agosto de 2020)

International Political Economy, 12: 78–104.

Jeffery, W. B., & Peter, S. B. (2000). The Colombian Coffee Growers' Federation: Organised, successful smallholder farmers for 70 years. ODI Agricultural Research & Extension Network. Documento de Rede nº 100. Janeiro de 2000

Kizos, T., Koshaka, R., Penker, M., Piatti, C., Reinhard Vogl, C., and Uchiyama, Y. "The governance of geographical indications Experiences of practical implementation of selected case studies in Austria, Italy, Greece and Japan" British Food Journal. 119 nº 12, 2017. pág. 2863-2879

Léa Bermond, Ex ante study of the creation of a GI on madd (*Saba senegalensis*) in the natural region of Casamance in Senegal, 2017, <http://www.fao.org/publications/card/en/c/CA8373FR/>

Lourenzani, A., Watanabe, K., Pigatto, G, e Pereira, M.E. "What fills your cup of coffee? The potential of geographical indication for family farmers' market access" Ch 8. In Coffee Consumption and Industry Strategies in Brazil, 2020, <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814721-4.00014-7>

Lowder, S.K., Skoet, J. e Singh, S. What do we really know about the number and distribution of farms and family farms worldwide? Background paper for The State of Food and Agriculture 2014. Documento de trabalho nº 14-02 da AEE. Roma, FAO, 2014.

Lozano, A., Samper, L.F., e García-Cardona, J. 2011. " Las indicaciones geográficas - IG y la ciencia como instrumento de competitividad: el caso del Café de Colombia" published in memories of the WIPO 2011 Lima Symposium, Publicação 798 (S) da Wipo http://www.wipo.int/freepublications/en/geographical/798/wipo_pub_798.pdf

Mancini, M. C. Geographical Indications in Latin America Value Chains: A 'branding from Below' Strategy or a Mechanism Excluding the Poorest? Journal of Rural Studies 32:295–306, 2013.

Marescotti, A. e Belletti, G. (2016) " Differentiation strategies in coffee global value chains through reference to territorial origin in Latin American countries". Culture & History Digital Journal, 5 (1): doi: <http://dx.doi.org/10.3989/chdj.2016.007>

Marescotti, M., Quiñones-Ruiz, X., Edelmann, H., Belletti, H., Broscha, K., Altenbuchner, C., Penker, M., e Scaramuzzi, S. " Are Protected Geographical Indications Evolving Due to Environmentally Related Justifications? An Analysis of Amendments in the Fruit and Vegetable Sector in the European Union ". Sustentabilidade 2020, 12, 3571; DOI:10.3390/su12093571

Ménard C (2000) Enforcement procedures and governance structures: what relationship? In: Menard C, Elgar E (eds) Institutions, Contracts and Organizations. Cheltenham, Reino Unido

Mengistie, G. " Managing geographical indications: role of producers & other parties in Africa". Presentation made at World Wide Symposium on Geographical Indications, 28 de março de 2013, Banguécoque, Tailândia

Ministério da Agricultura da Argélia, Decreto Executivo n.º 13-260, de 7 de julho de 2013, que estabelece o Sistema de Qualidade dos Produtos Agrícolas ou de Origem Agrícola, 2013, <http://madrp.gov.dz/telecharger/decret-executif-n-13-260-du-7-juillet-2013-fixant-le-systeme-de-qualite-des-produits-agricoles-ou-dorigine-agricole/>

Ministério da Agricultura da Tunísia, Project Actions-Indications géographiques (PA-IG) <http://www.aoc-ip.tn/index.php/professionnels/pa-ig>

Monique Bagal, Massimo Vittori, Relatório preliminar sobre o potencial de indicações geográficas na Costa do Marfim e o quadro jurídico relevante, 2010, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/country%20paper_cte%20divoire_origin1.pdf

Niederle, P.C., Masgarenhas, G.C.C., Wilkinson, J., Governança e institucionalização das indicações geográficas no Brasil. RESR. vol. 55(1), pp. 85-102, 2017.

North, D.C. (1993), "Economic Performance through time", Conferência em memória de Alfred Nobel, 9 de dezembro de 1993.

North, D.C., Institutions: transaction costs and economic growth. Econ, Inq. 25 (3), 419–428, 1987.

Norte, D.C., 1990. Institutions. In: Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, Cambridge.

Olson, M. (1965) *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard University Press.

Organisation africaine de la propriété intellectuelle (Organização Africana da Propriedade Intelectual) (OAPI), *The Guide for Geographical Indication Requerentes*, 2011, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/EnglishE-Library/OAPI_2011_GuidedudemandeurdIG.pdf

Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (Organização Africana da Propriedade Intelectual) (OAPI), *The Bangui Agreement Relating to the Creation of an African Intellectual Property Organization*, 1977, <https://wipolex.wipo.int/en/text/579340>

oriGIn, *Análise do Ato de Genebra da OMPI do Acordo de Lisboa*, 2020 <https://www.origin-gi.com/content-page/item/14917-26-02-2020-the-wipo-geneva-act-of-the-lisbon-agreement-enters-into-force-today-the-long-awaited-international-register-for-geographical-indications-is-now-a-reality.html>

oriGIn, *oriGIn estratégia de sustentabilidade para IGs*, 2017, https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/papers/2017-0831_oriGIn_Sustainability_Strategy_for_GIs_adoptedGA.pdf

Ostrom, E., *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

Ostrom, E., *Beyond markets and states: Polycentric governance of complex economic systems*. *American Economic Review*, 100(3), 641–672, 2010.

Pape Tahirou, Monique Bagal, Sibylle Slaterry, *Rapport sur les IG au Sénégal*, 2018, http://etds.sn.c51.previewmysite.eu/wp-content/uploads/2021/05/Etude-potentielles-IG-au-Senegal_Bagal-Kanoute.pdf

Filadélfia: Temple University Press.

Ponte, S., Gibbon, P. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. *Economy and Society*, 34: 1–31, 2005.

Porter, M. (1998). "Clusters and the New Economics of Competition", *Harvard Business Review*, NOVEMBRO-DEZEMBRO 1998, <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>

Poteete, A., Janssen, M., Ostrom, E. *Working Together: Collective Action, the Commons, and Multiple Methods in Practice*. Princeton University Press, 2010.

Quiñones-Ruiz, X. F., Penker, M., Belletti, G., Marescotti, A., Scaramuzzi, S., Barzini, E., Pircher, M., Leitgeb, F., & Samper-Gartner, L. F. (2016). Insights into the black box of collective efforts for the registration of geographical indications. *Land Use Policy*, 57, 103–116. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.05.021>

Quiñones-Ruiz, X. F., Penker, M., Vogl, C. R., & Samper-Gartner, L. F. (2015). Can origin labels re-shape relationships along international supply chains? – The case of Café de Colombia. *International Journal of the Commons*, 9(1), 416–439. DOI: <https://doi.org/10.18352/ijc.529>

Quiñones-Ruiz, X., Nigmann, T., Schreiber, C. e Neilson, J. "Collective Action Milieus and Governance Structures of Protected Geographical Indications for Coffee in Colombia, Thailand and Indonesia" (2020). *International Journal of the Commons* 14(1), pp. 329-343. DOI: <https://doi.org/10.5334/ijc.1007>

Quionas-Ruiz, XF; Penker, M; Belletti, G; Marescotti, A; Scaramuzzi, S. " Why early collective action pays off: evidence from setting Protected Geographical Indications." *RENEW AGR FOOD SYST*; 32(2): 179-192, 2017.

Reina, M., Silva, G., Samper, L.F., Fernandez M.P. "Juan Valdez, the Strategy behind the Brand ", Ediciones B, 2007.

Reviron, S., Chappuis, J.M., Geographical indications: collective organization and management. In: Barham, E., Sylvander, B. (Eds.), Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition. Cabi, Wallingford, pp. 45-62, 2011.

Ruanda, Lei n.º 31/2009 de 26/10/2009 sobre a Proteção da Propriedade Intelectual, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/5249>

Samper L.F. e Xiomara Quiñones-Ruiz, Towards a Balanced Sustainability Vision for the Coffee Industry, 2017, https://www.researchgate.net/publication/315886786_Towards_a_Balanced_Sustainability_Vision_for_the_Coffee_Industry

Samper, L.F., Giovannucci, D., e Marques-Vieira L. The powerful role of intangibles in the coffee value chain. Economic Research Working Paper No. 39 - World Intellectual Property Organization, 2017.

Samuel, M. Creating the Accountable Organization (Creando la organización Accountable). Coaching Group, Bogotá, 2016.

Schmid, Allan, Power and Public Choice, Praeger, 1987.

Seicheles, Lei da Propriedade Industrial de 2014 (Lei n.º 7 de 2014), 2014, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/15302>

Sidali, K.L., Scaramuzzi, S., Group heterogeneity and cooperation in the governance of geographical indications: the case of Parmigiano Reggiano mountain product. Int. Agricult. Policy 1, 21–32, 2014.

Skilton, P.L., Wu, Z., Governance regimes for protected geographic indicators: impacts on food marketing systems? J. Macromarket. 33 (2), 144–159, 2013.

África do Sul, Departamento de Agricultura e Pescas N°R.447, 22 de março de 2019, Regulamentos relativos à proteção das indicações geográficas utilizadas em produtos agrícolas destinados à venda na República da África do Sul 42324, 2019, https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201903/42324rg10925gon447.pdf

Stoker, G., "Governance as theory: five propositions", International Social Science Journal, vol. 50, n.º 155, pp. 27-28, 1998.

Suchman, M. 1995. " Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches." Academy of Management Review 20(3): 571-610.

Sustainable food, Can certified-sustainable coffee reach 25% of global trade by 2015?, 2014, <https://sustainablefoodnews.com/can-certified-sustainable-coffee-reach-25-of-global-trade-by-2015/>

Projeto de Propriedade Intelectual Suíça-Gana, Fase II (SGIP II), JANEIRO 2016 – dezembro 2019: <https://www.ige.ch/en/law-and-policy/development-cooperation/current-projects/ghana>

Tanzânia, Lei da Propriedade Industrial de Zanzibar, 2008 (Lei n.º 4 de 2008), <https://wipolex.wipo.int/en/text/245004>

Thévenod-Mottet, Erik. WP1 Relatório - Theoretical framework: GI legal and institutional issues. Strengthening International Research on Geographical Indications (SINER-GI) project (SINER-GI), 2006.

Thiedig F, Sylvander B, Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. *Agrarwirtschaft*, 49: 428, 2000.

Tunísia, Lei n.º 2007-68, de 27 de dezembro de 2007, sobre denominações de origem, indicações geográficas e indicações de origem para o artesanato, 2007, <https://wipolex.wipo.int/fr/text/203571>

Tunísia, Lei n.º 99-57, de 28 de junho de 1999, relativa às denominações de origem e indicações de origem dos produtos agrícolas, 1999, <https://wipolex.wipo.int/fr/text/498927>

Uganda, Lei das Indicações Geográficas N.º 8 de 2013 <https://wipolex.wipo.int/es/text/424953> e Regulamento das Indicações Geográficas n.º 42 de 2018 <https://ursb.go.ug/wp-content/uploads/2020/03/S.I.-No.42-of-2018-Geographical-Indications26032020.pdf>

UNCTAD. Why Geographical Indications for Least Developed Countries (LDCs)? 2015, https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/aldc2015d4_en.pdf

UNIDO - Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial - . Adding value to traditional products of regional origin - A guide to creating an origin consortium. Viena, 2010, https://www.unido.org/sites/default/files/2011-07/ENG_Publication%20ORIGIN_0.pdf

UNIDO - Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial, Market Access for Origin-linked Products & Geographical Indications: An Integrated Approach, 2017, https://www.unido.org/sites/default/files/files/2019-10/TII_BCI_Brochure_web_15.02.2017_final_0_0.pdf

van Puyvelde. S., Cornforth, C., Dansac, C., GUO, C., Hough, A., Horton Smith, D., " Governance, boards, and the internal structure of Associations". In Smith

D.H., Stebbins R.A. and Grotz J., The Palgrave Handbook of Volunteering, Civic Participation, and Nonprofit Associations, cap. 35, 2016.

Vandecandelaere, E., Teyssier, C., Barjolle, D., Jeanneaux, P., Fournier, S., & Beucherie, O. Strengthening sustainable food systems through geographical indications – An analysis of economic impacts. Roma: Nutrition and Food Systems Division and the Investment Centre Division, under the FAO/EBRD cooperation, relatório nº13, fevereiro de 2018.

Vandecandelaere, E.; Arfini, F.; Belletti, G. e Marescotti, A. (2009) Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications. FAO, Roma, Itália. Disponível em <http://www.fao.org/3/i1760e/i1760e.pdf>

World Intellectual Property Organization (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) (OMPI), Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e respectivo Registo Internacional, 1958, <https://wipolex.wipo.int/en/text/285856>

World Trade Organization Organização Mundial do Comércio (OMC), Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio - Parte II — Normas relativas à disponibilidade, âmbito e utilização dos direitos de propriedade intelectual, 1994, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/31bis_trips_04b_e.htm#3

World Trade Organization Organização Mundial do Comércio (OMC), Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm

Zimbabué, Lei das Indicações Geográficas (Capítulo 26:06), 2001, <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/8862>

Manual de Indicações Geográficas em África

Monique Bagal, Massimo Vittori e Luis Fernando Samper

Publicado pela primeira vez em março de 2022

Segunda edição abril 2023

Terceira edição outubro 2023

AfriPI

Intellectual
Property Rights &
Innovation in Africa

