

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO SEGMENTO DE QUEIJO ARTESANAL
NO BRASIL E NA FRANÇA: ESTUDO COMPARATIVO DAS IP
CANASTRA E AOP CAMEMBERT DE NORMANDIE

Danièle Hervé Quaranta Cabral

Rio de Janeiro

2018

DANIÈLE HERVÉ QUARANTA CABRAL

A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO SEGMENTO DE QUEIJO ARTESANAL NO BRASIL
E NA FRANÇA: ESTUDO COMPARATIVO DAS IP CANASTRA E
AOP CAMEMBERT DE NORMANDIE

Tese apresentada ao Programa de Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação, Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa – Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Propriedade Intelectual e Inovação.

Orientadora: Prof^a Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes

Rio de Janeiro

2018

C117 Cabral, Danièle Hervé Quaranta. **A indicação geográfica no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França**: estudo comparativo das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. /Danièle Hervé Quaranta Cabral. – 2018.

277 f.; il.; fig.; quadros.

Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Programa de Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação – Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, Divisão de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2018.

Orientadora: Prof.^a Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes.

1. Propriedade intelectual – Indicação geográfica. 2. Indicação geográfica – Brasil - Queijo artesanal. 3. Indicação geográfica – Queijo artesanal – França.
4. Queijo Camembert de Normandie. 5. Queijo Canastra. I. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Brasil).

CDU: 347.772:9 (44)



MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS
INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL
COORDENAÇÃO-GERAL DE DISSEMINAÇÃO PARA INOVAÇÃO
ACADEMIA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
DIVISÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E INOVAÇÃO

ATA DE DEFESA DE TESE Nº 006/18

Aos vinte e seis dias do mês de outubro de 2018, no horário de 14 às 17 horas, foi realizada, na cidade do Rio de Janeiro, no 17º andar da Rua Mayrink Veiga, nº 09, a defesa pública de tese de doutorado de **Danièle Hervé Quaranta Cabral**, intitulada "A Indicação Geográfica no segmento de Queijo Artesanal no Brasil e na França: estudo de caso das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie".

A Banca Examinadora, constituída pela professora orientadora, Dra. Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial; pelo Dr. Celso Luiz Salgueiro Lage, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial; pelo Dr. Eduardo Winter, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial; pela Dra. Vânia Maria Hermes de Araújo, da Hermes Consultoria em Informação e Conhecimento; pelo Dr. Cláudio João Barreto dos Santos, da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, e pela Dra. Elaine Vianna Saraiva, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial emitiu o seguinte parecer:

Resultado final para obtenção do título de Doutora em Propriedade Intelectual e Inovação:

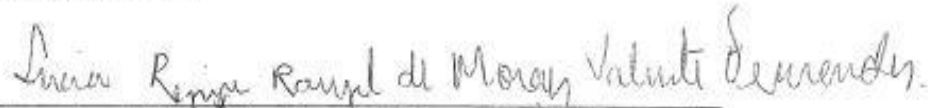
Aprovado(a)

Aprovado(a), devendo atender às recomendações dos membros da Banca

Reprovado(a)

Considerações:

Eu, Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes, presidente desta banca, lavro a presente Ata que segue por mim assinada e pelos demais membros da Banca Examinadora.



Orientadora – Dra. Lúcia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes


1º Examinador – Dr. Celso Luiz Salgueiro Lage


2º Examinador – Dr. Eduardo Winter


3ª Examinadora – Dra. Vânia Maria Hermes de Araújo


4º Examinador – Dr. Cláudio João Barreto dos Santos


5ª Examinadora – Dra. Elaine Vianna Saraiva


Aluna – Danièle Hervé Quaranta Cabral

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora prof^a Lucia Fernandes, pelo incentivo e entusiasmo pelo tema, e por acreditar na realização deste trabalho. Um especial agradecimento pelo carinho e confiança demonstrados durante toda a etapa de conclusão da tese.

Ao INPI, ao corpo docente do Doutorado e toda equipe técnica da Academia do INPI, pelo apoio e incentivo durante o período de estudo e elaboração da tese.

A todos os entrevistados que participaram do presente trabalho, por terem despendido seu tempo e compartilhado suas histórias, colaborando e enriquecendo o estudo. Na França, um agradecimento especial ao Sr. Gilles Flutet, do INAO, que de forma generosa viabilizou a realização das entrevistas e ao Sr. Patrick Mercier, presidente da associação de produtores de queijo Camembert de Normandie, pelo tempo e atenção dedicados durante o longo período de entrevista concedida em sua fazenda Du Champ Secret. No Brasil, agradeço a Paulo Henrique Matos, da APROCAN, pela organização das visitas técnicas e por toda a atenção e apoio prestados nas entrevistas na região da Canastra, bem como à minha irmã Vanessa pelo apoio e participação ativa nas visitas e entrevistas realizadas.

Aos meus amigos tão queridos que me incentivaram e apoiaram, principalmente nos momentos de dúvidas. Uma homenagem especial à minha amiga Maysa, pelo seu espírito combativo e questionador.

À minha família, brasileira e francesa, pelo incentivo constante, pelo amor e confiança em todos os momentos de realização deste trabalho. Agradeço o carinho e a paciência por me ouvirem falar de queijo dia e noite.

Aos meus pais, Ubirajara e Catherine, meu equilíbrio, fonte inesgotável de sabedoria, inteligência e generosidade. É sem dúvida, a melhor mistura franco-brasileira que existe.

Ao Pierrick, pelo amor e incentivo em todos os momentos aqui e lá.

Finalmente à minha filha Giulia, minha razão de ser, fonte de inspiração constante.

L'âge ne compte pas, sauf si vous êtes un fromage.

(A idade não conta, a não ser que você seja um queijo)

Cabral, Danièle Hervé Quaranta. **A indicação geográfica no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França**: estudo comparativo das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. Rio de Janeiro, 2018. 277f. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo analisar como o sistema de proteção por Indicação Geográfica (IG) pode ser utilizado para o fortalecimento do queijo artesanal, a partir de um estudo comparativo entre dois queijos tradicionais de renome: Canastra (Brasil) e Camembert de Normandie (França). Este trabalho está inserido dentro da problemática atual de comercialização de queijos artesanais brasileiros, em uma atividade que engloba predominantemente micro e pequenos produtores rurais que buscam sua sobrevivência na comercialização do produto. Utilizando-se da metodologia de estudo de caso, procurou-se captar a percepção dos principais atores identificados nas indicações geográficas selecionadas sobre a importância do uso da IG e os principais pontos críticos no Brasil e na França, no intuito de aproveitar essas experiências internacionais no auxílio aos desafios dos produtores brasileiros. O material utilizado foi coletado em fontes primárias e secundárias, incluindo pesquisa documental, bibliográfica e realização de entrevistas e visitas às regiões estudadas. Os resultados se concentraram na discussão das particularidades dos sistemas francês e brasileiro de proteção dos nomes de origem, assim como na caracterização do segmento de queijo artesanal dos dois países, identificando vantagens e limitações deste instrumento de PI para o setor. Foi possível concluir que a indicação geográfica é um importante instrumento de fortalecimento do segmento de queijo artesanal. Porém, o alcance deste objetivo implica na existência de outros pré-requisitos organizacionais e estruturais, bem como de acesso de mercado e de comunicação ao consumidor, identificados e analisados neste estudo.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Queijo Artesanal; Camembert de Normandie; França; Canastra; Brasil.

Cabral, Danièle Hervé Quaranta. **L'indication géographique dans le segment des fromages artisanaux au Brésil et en France**: une étude comparative sur l'IP Canastra et l'AOP Camembert de Normandie. Rio de Janeiro, 2018. 277f. Thèse (Doctorat en propriété intellectuelle et innovation) - Institut National de la Propriété Industrielle, Rio de Janeiro, 2018.

RÉSUMÉ

La recherche a pour objectif d'analyser comment le système de protection par Indication Géographique (IG) peut être utilisé pour renforcer le fromage artisanal à partir d'une étude comparative entre deux fromages traditionnels renommés : Canastra (Brésil) et Camembert de Normandie (France). Ce travail fait partie de la problématique actuelle de commercialisation des fromages artisanaux brésiliens pour une activité qui englobe surtout micro et petits producteurs ruraux qui cherchent leur survivance dans la commercialisation du produit. Utilisant la méthodologie d'étude de cas, on cherche à capter la perception des principaux acteurs, identifiés dans les indications géographiques sélectionnées, sur l'importance de l'utilisation de IG et sur les principaux points critiques au Brésil et en France, afin de profiter de ces expériences internationales pour aider les producteurs brésiliens dans leurs défis. Le matériel utilisé a été recueilli de sources primaires et secondaires comprenant une recherche documentaire bibliographique et une réalisation d'entrevues et visites aux régions étudiées. Les résultats se concentrent sur la discussion des particularités des systèmes français et brésiliens de protection des noms d'origine, ainsi que sur la caractérisation du segment du fromage artisanal des deux pays, identifiant les avantages et limitations de l'utilisation de PI pour le secteur. Il est possible de conclure que l'indication géographique est un instrument important pour renforcer le segment des fromages artisanaux. Cependant, la réalisation de cet objectif implique l'existence d'autres conditions préalables organisationnelles et structurelles, ainsi que l'accès au marché et la communication avec les consommateurs, identifiées et analysées dans la présente étude.

Mots-clés: Indications Géographiques; Fromage artisanal ; Camembert de Normandie ; France; Canastra ; Brésil.

Cabral, Danièle Hervé Quaranta. **A indicação geográfica no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França**: estudo comparativo das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. Rio de Janeiro, 2018. 277f. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

ABSTRACT

The research aims to analyze how the protection system by Geographical Indication (GI) can be used to strengthen artisanal cheese, based on a comparative study between two traditional and renowned cheeses: Canastra (Brazil) and Camembert de Normandie (France). This work is part of the current problem of commercialization of Brazilian artisanal cheeses, in an activity that predominantly involves micro and small farmers who seek their survival in the commercialization of the product. Using the case study methodology, we sought to capture the perception of the main actors identified in the selected geographical indications on the importance of the use of GI and the main critical points in Brazil and France, in order to take advantage of these international experiences in the challenges to Brazilian producers. The material used was collected in primary and secondary sources, including documental, bibliographic research and interviews and visits to the studied regions. The results focused on discussing the particularities of the French and Brazilian systems of protection of origin names, as well as on the characterization of the artisanal cheese segment of the two countries, identifying advantages and limitations of this IP instrument for the sector. It was possible to conclude that the geographical indication is an important instrument to strengthen the artisanal cheese segment. However, the achievement of this objective implies the existence of other organizational and structural prerequisites, as well as market access and consumer communication, identified and analyzed in this study.

Keywords: Geographical Indication; Artisanal Cheese, Camembert de Normandie; France; Canastra; Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma dos procedimentos de registros DOP, IGP e ETG na Comunidade Europeia	34
Figura 2 – Siglas dos registros dos nomes de origem AOP, IGP e ETG da União Europeia.....	35
Figura 3 – Fluxograma sobre a proteção de nome de origem na França e CE.....	59
Figura 4 – Signos de origem e qualidade do INAO.....	61
Figura 5 – Organismos de controle AOC/AOP, IGP, ETG e Label Rouge.....	67
Figura 6 – Registros AOC/AOP/IGP/IG no INAO.....	74
Figura 7 – Apresentação gráfica da IG.....	78
Figura 8 – Poltronas e sofás de Liffol (1ª IG).....	78
Figura 9 – Fluxograma do procedimento administrativo de registro de IG no INPI.....	89
Figura 10 – Cartograma da França com as regiões AOP/IGP.....	100
Figura 11- Controle sanitário do queijo AOP/IGP.....	103
Figura 12 – Cartograma dos queijos artesanais no Brasil.....	114
Figura 13 – Cartograma do Estado de Minas Gerais com as microrregiões delimitadas pela EMATER/MG.....	119
Figura 14 – Localização da região da Normandie na França.....	137
Figura 15 – Queijo Camembert.....	138
Figura 16 – Cidade de Camembert.....	138
Figura 17 – Raça Normanda.....	138
Figura 18 – Área geográfica (em verde) da AOP Camembert de Normandie.....	142
Figura 19 – Principais etapas do processo de fabricação do queijo AOP Camembert de Normandie.....	144
Figura 20 – Escritórios regionais distribuídos em oito regiões do país.....	148
Figura 21 – Dispositivos de controle nos queijos AOP.....	152
Figura 22 – Interação entre INAO, ODG e Organismo de Controle.....	154
Figura 23 – Procedimento para obtenção do registro europeu AOP/IGP na França.....	155
Figura 24 – Camembert da marca Bridel.....	157
Figura 25 – Camembert da marca Président.....	157

Figura 26 – Preço médio de venda dos queijos em 2015 e 2016.....	162
Figura 27 – Locais de venda de queijos AOP e não AOP.....	163
Figura 28 – Folder /AOP.....	164
Figura 29 – Cartaz publicitário AOP.....	164
Figura 30 – Evolução da notoriedade do logotipo AOP após 2008.....	164
Figura 31 – Fabricantes de AOP Camembert de Normandie.....	167
Figura 32 – Queijaria Ferme de la Heronière.....	174
Figura 33 – Embalagem do queijo.....	174
Figura 34 – Vista aérea da Ferme de la Heronière.....	174
Figura 35 - Camembert BIO e AOP Du Champ Secret.....	176
Figura 36 – Placa na entrada da fazenda.....	176
Figura 37 – Queijaria Du Champ Secret.....	177
Figura 38 – Enformagem manual com uso de concha.....	177
Figura 39 – Queijos AOP da Normandie na queijaria Graindorge.....	178
Figura 40 – Queijaria Graindorge em Livarot.....	179
Figura 41 – Produção de queijos.....	179
Figura 42 – Museu da queijaria Graindorge.....	179
Figura 43 – Marca Bonchoix.....	181
Figura 44 – AOP Roquefort da marca Societé e marca coletiva Roquefort.....	182
Figura 45 – Vista da Serra da Canastra.....	186
Figura 46 – Nascente do rio São Francisco.....	186
Figura 47 – Principais etapas do processo de fabricação do queijo da Canastra.....	189
Figura 48 – Evento realizado na França entre produtores de queijo e instituições.....	194
Figura 49 – Áreas de produção do queijo Canastra.....	195
Figura 50 – Cartograma da IP Canastra.....	197
Figura 51 – Distribuição de produtores da IP Canastra.....	198
Figura 52 – Rebanho da Serra da Canastra.....	199
Figura 53 – Queijo Canastra (maturação).....	201
Figura 54 – Queijo produzido no entreposto de Medeiros.....	205
Figura 55 – Registro nº 911147926.....	206

Figura 56 – Registro nº 911076581.....	206
Figura 57 – Registro nº 912389036.....	206
Figura 58 – Selo caseína no queijo Canastra.....	207
Figura 59 – Serviços de inspeção Federal, Estadual e Municipal.....	214
Figura 60 – Marca QSP São Pedro.....	229
Figura 61 – Marca Minas Rio.....	230
Figura 62 – Marca São Roque.....	230
Figura 63 - Mapa das Indicações Geográficas	276
Figura 64 - Linha do tempo do queijo minas artesanal.....	277

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Benefícios e prejuízos para consumidor e produtor.....	43
Quadro 2 – Comparação entre marca de produto ou serviço e IG.....	54
Quadro 3 – Procedimento no INAO para pedidos AOP e IGP de produtos agroalimentares, com exceção do vinho e bebidas espirituosas.....	70
Quadro 4 - Procedimento na Comunidade Europeia para registros AOP e IGP para produtos agroalimentares.....	73
Quadro 5 – Indicações geográficas brasileiras registradas no INPI até julho de 2018.....	95
Quadro 6 – Queijos e suas áreas geográficas, datas de registro AOC na França e AOP na União Europeia.....	108
Quadro 7 – Queijos por área geográfica e data de registros IGP na UE.....	110
Quadro 8 – Normas legais de Minas Gerais sobre queijo artesanal.....	121
Quadro 9 – Selos e alcance comercial dos produtos de origem animal no Brasil.....	123
Quadro 10 – Principais normas legais federais sobre produtos de origem animal, inclusive o queijo.....	127
Quadro 11 – Detalhamento das entrevistas e coleta de dados primários nos trabalhos de campo efetuados no período de março de 2016 a julho de 2018.....	133
Quadro 12 – Nome das empresas produtoras de AOP Camembert de Normandie.....	166
Quadro 13 – Marcas registradas das queijarias AOP Camembert de Normandie.....	181

Quadro 14 – Características do Queijo Minas Artesanal segundo a região de origem.....	191
Quadro 15 – Denominação, dimensões e pesos do queijo Canastra.....	200
Quadro 16 – Queijarias visitadas.....	209
Quadro 17 – Pedidos de registro de marca.....	227
Quadro 18 – Comparação entre os sistemas de proteção dos nomes de origem na França e no Brasil.....	242
Quadro 19 - Comparação entre os segmentos de queijo na França e no Brasil.....	243
Quadro 20 - Comparação entre os queijos Canastra e Camembert de Normandie.....	244
Quadro 21 - Resumo dos principais acontecimentos históricos para proteção dos nomes de origem no âmbito internacional.....	272
Quadro 22 - Resumo dos principais acontecimentos históricos para proteção aos nomes de origem na França e União Européia.....	273

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Distribuição dos registros DOP e IGP para produtos agroalimentares na CE.....	38
Gráfico 2 - Distribuição dos pedidos de registro de nacionais por categoria de produtos e serviços no período de 1997 a 2018.....	97
Gráfico 3 – Percentual de IGs nacionais entre IP e DO (1997 até julho 2018).....	98
Gráfico 4 – Número de registros de IG por região (1997 até julho 2018).....	98
Gráfico 5 – Concessão de registros de IGs brasileiras no INPI (1997 até julho 2018).....	99

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dez queijos AOP/IGP em maior volume de comercialização na França.....	112
Tabela 2 – Códigos dos entrevistados nas pesquisas de campo.....	134
Tabela 3 – Dados do setor AOP laticínios na França.....	160
Tabela 4 – Queijarias entrevistadas e produção diária/anual.....	168

LISTA DE SIGLAS

ADIPIC - Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionadas ao Comércio

AGRIFERT – Associação para Gestão de Projetos de Fortalecimento das Economias Rurais e Desenvolvimento Territorial.

AOC – *Appellation d’Origine Controlée* / Denominação de Origem Controlada

AOP – *Appellation d’Origine Protégée* / Denominação de Origem Protegida

APROCAME – Associação dos Produtores de Queijo Canastra de Medeiros

APROCAN – Associação dos Produtores de Queijo Canastra

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CC – *Cahier des charges* / Caderno de especificações

CDB – Convenção da Diversidade Biológica

CE – Comunidade Europeia

CERTIPAQ - *Organisme Certificateur Associatif spécialisé dans le contrôle des signes officiels*/ Organismo de Certificação especializado no controle de signos oficiais

CIG – Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários

CIRAD – *Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement*/ Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento.

CNAOL – *Conseil National des Appellations d’Origine Laitières*/ Comitê

CONCAR – Comissão Nacional de Cartografia

CUP – Convenção da União de Paris

DO – Denominação de Origem

DOP – Denominação de Origem Protegida

EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EPAMIG – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais

ETG – Especialidade Tradicional Garantida

FERT - *Formation pour l’Epanouissement et Renouveau de la Terre* /ONG

FIL – *Fédération Internationale du Lait* / Federação Internacional do Leite

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IEPHA – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico

IG – Indicação Geográfica

IGP – *Indication Géographique Protégée*/ Indicação Geográfica Protegida

PGI – *Protected Geographical Indication* / Indicação Geográfica Protegida

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária

INAO – *Institut National de l’Origine et de la Qualité*/ Instituto Nacional da Origem e da Qualidade

INDE – Infraestrutura Nacional de Dados Espaciais

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

IP – Indicação de Procedência

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

LPI – Lei da Propriedade Industrial

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ODG – *Organisme de Défense et de Gestion* / Organismo de Defesa e Gestão
OMC – Organização Mundial do Comércio
OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAC – Política Agrícola Comum
PDO – *Protected Designation of Origin*/ Denominação de Origem Protegida
PI – Propriedade Industrial
QMA – Queijo Minas Artesanal
RIISPOA -Regulamento de Inspeção Industrial de Produtos de Origem Animal
RPI – Revista da Propriedade Industrial
RU – Regulamento de Uso
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SISBI-POA – Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal
STG – *Specialité Traditionnelle Garantie*/ Especialidade Tradicional Garantida
SUASA- Sistema Único de Atenção à Sanidade Agropecuária
UFV – Universidade Federal de Viçosa
TRIPS – *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*/ADIPIC
WIPO – *World Intellectual Property Office* / Organização Mundial da Propriedade Intelectual
WTC – *World Trading Commerce* / Organização Mundial do Comércio

SUMÁRIO

I. INTRODUÇÃO.....	19
1.1 Questões da tese.....	22
1.2 Objetivo geral.....	22
1.3 Objetivos específicos.....	23
1.4 Estrutura do trabalho.....	23
2. PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.....	24
2.1 Proteção dos nomes geográficos.....	24
2.2 Legislação internacional.....	25
2.2.1 Convenção da União de Paris.....	25
2.2.2 Acordo de Madri.....	26
2.2.3 Acordo de Lisboa.....	27
2.2.4 Acordo TRIPS.....	28
2.3 Indicação geográfica no âmbito da Comunidade europeia.....	30
2.4 IG e o desenvolvimento local.....	40
2.5 Patrimônio Cultural e Indicação Geográfica.....	46
2.6 Proteção por IG e Marcas.....	50
3. ESTRUTURAÇÃO DA AOC/AOP/IGP E IG NA FRANÇA	56
3.1 Histórico e legislação.....	56
3.2 Instituições e procedimentos na França e CE.....	60
3.3 AOP/IGP francesas.....	73
3.4 Proteção dos nomes de origem de produtos não agrícolas.....	74
4. ESTRUTURAÇÃO DA IG NO BRASIL.....	79
4.1 Histórico e legislação.....	79
4.2 Procedimentos no INPI.....	85
4.3 INPI e demais instituições atuantes	89
4.4 Indicações geográficas concedidas no INPI.....	94
5. SEGMENTO DE QUEIJO ARTESANAL.....	100
5.1 França.....	100
5.2 Brasil.....	113
6. METODOLOGIA.....	129

7. CAMEMBERT DE NORMANDIE	137
7.1 Histórico.....	137
7.2 Elaboração da documentação.....	140
7.3 Camembert <i>Fabriqué en Normandie</i>	145
7.4 Pesquisa de percepção com os principais atores envolvidos.....	147
7.4.1 INAO.....	147
7.4.2 CNAOL.....	159
7.4.3 Organismo de Defesa e Gestão (ODG).....	165
7.4.4 Produtores.....	173
7.5 Marcas de produtores registradas no INPI.....	180
7.6 INPI e INAO.....	183
8. CANASTRA	186
8.1 Histórico.....	186
8.2 Elaboração da documentação.....	194
8.3 Pesquisa de percepção com os principais atores envolvidos.....	203
8.3.1 Entidade representativa dos produtores.....	203
8.3.2 Produtores.....	208
8.3.3 MAPA (SFA/MG); IMA; EMATER/MG.....	212
8.3.4 SEBRAE/MG.....	222
8.3.5 INPI.....	224
8.4 Marcas de produtores registradas no INPI.....	226
9 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	231
9.1 Principais diferenças dos sistemas de proteção dos nomes de origem.....	231
9.2 Principais vantagens e limitações.....	233
10. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	240
10.1 Recomendações.....	245
10.2 Sugestões para trabalhos futuros.....	248
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	249
APÊNDICES	260
ANEXOS	276

1. INTRODUÇÃO

O conceito de Indicação Geográfica (IG) vem se consolidando ao longo dos anos como uma ferramenta de proteção e valorização de produtos locais. Muitos estudos mostram a relevância econômica das IGs, relacionando este ativo de Propriedade Intelectual (PI) como um instrumento capaz de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, oferecendo vantagens competitivas em função das características de seu local de origem (ITC,2009).

Inserida nas legislações de PI, as indicações geográficas têm a função de identificar um produto como originário de uma localidade, quando sua qualidade, reputação ou outra característica do produto for essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

O sistema europeu de proteção aos nomes de origem de 1992 é o precursor do conceito de indicação geográfica, cuja definição em nível internacional foi estabelecida somente em 1994 com o advento do Acordo de Propriedade Intelectual relacionado ao Comércio (ADPIC), no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Baseado no modelo francês de denominação de origem, foram estabelecidas pela União Europeia duas categorias de proteção para os nomes geográficos de produtos agroalimentares: as denominações de origem (DOP ou AOP, na sigla em francês) e as indicações geográficas (IGP). Os registros DOP se destinam a produtos que mostram uma ligação direta entre suas características e a área de extração e produção, incluindo fatores humanos e naturais, como clima, qualidade do solo e saber fazer local. Já no caso de uma IGP, o registro é para produtos cuja notoriedade esteja associada ao meio geográfico, mantendo uma ligação mais tênue com o território, exigindo apenas que uma etapa da cadeia produtiva ocorra na área delimitada.

Na Europa, estas designações especialmente ligadas à origem geográfica fazem parte da política de incentivos para o desenvolvimento agrícola, com objetivo de promover o crescimento sustentável e inclusivo nas zonas rurais e, especialmente, a permanência de pequenos produtores nos mercados (BELAS, 2013). Neste propósito, nas considerações iniciais do Regulamento CE nº 1151/2012, são fixados os objetivos específicos da proteção das denominações de origem e das indicações geográficas consistindo em:

“Garantir uma remuneração justa para os agricultores e os produtores que tenha em conta as qualidades e as características de um dado produto ou do seu modo de produção e em fornecer informações claras sobre os produtos com características específicas relacionadas com a sua origem geográfica, de forma a permitir que os consumidores façam opções de compra com informações fiáveis” .

No Brasil, as indicações geográficas foram regulamentadas em 1996 pela Lei nº 9.279, tendo sido estabelecidas duas espécies de IG para todo tipo de produto e também serviço: a Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). Assim como no sistema europeu, para a DO o vínculo com a origem é a ligação com o ambiente em que o produto ou serviço é produzido ou prestado, e, portanto, se torna necessária a sua comprovação. Já para a IP, o requisito principal é a reputação ou notoriedade da região pela extração, fabricação ou produção do produto ou serviço prestado. Na IP, a legislação brasileira não especificou quais etapas de produção devem ocorrer na área geográfica delimitada, apenas que a reputação deve ser comprovada.

Apesar de ser utilizada há muito tempo no âmbito do mercado europeu, as indicações geográficas possuem um desenvolvimento relativamente recente no Brasil, sendo ainda pouco conhecidas no país. A primeira IG brasileira concedida foi para Vale dos Vinhedos, no ano de 2002, para vinhos e espumantes. Seguindo os padrões da CE, grande parte dos registros nacionais (70%) são relativos à produtos agroalimentares e vinhos. Porém como a legislação brasileira permite o registro de IG de todo tipo de produto, inclusive os não agrícolas, há também para artesanato, minerais e serviço. Até agosto de 2018, o banco de dados do INPI contabilizava um total de 59 registros de IGs brasileiras.

A maioria das indicações geográficas nacionais envolvem associações de pequenos produtores, em atividades econômicas que representam a principal fonte de emprego e renda local. Dentre os segmentos, a produção de queijo artesanal é um dos que mais mobilizam micro e pequenos produtores rurais, principalmente no Estado de Minas Gerais que conta com cerca de 30 mil produtores distribuídos em todo o território (EMATER/MG, 2004). A tradição de fazer queijo é passada de geração em geração em propriedades familiares desde o início da ocupação destes campos, no decorrer do século XVIII, desempenhando um papel significativo na economia das pequenas cidades e dos produtores locais.

Entretanto, o setor vem ao longo dos últimos anos ultrapassando muitos obstáculos, por falta de apoio e incentivos, mas principalmente pelas barreiras sanitárias existentes que ameaçam a continuidade desta atividade. Por serem feitos à base de leite cru, a produção de queijo artesanal deve seguir uma série de medidas de boas práticas desde a ordenha até a fabricação e transporte de queijo. Enquanto alguns países como França, Itália, Portugal e Espanha que também produzem queijos de forma tradicional e com leite cru, exportando inclusive, estabelecem exigências e se estruturam de forma a não inviabilizar a produção e comercialização deste produto, no Brasil acontece o contrário.

Um dos queijos tradicionalmente produzidos em Minas Gerais que adquiriu notoriedade nos últimos anos é o Canastra. O modo de fazer o queijo artesanal na região foi reconhecido como bem cultural imaterial pelo IPHAN em 2008 e como registro de indicação geográfica pelo INPI, em 2012. No exterior, foi premiado em uma competição mundial realizada na França em 2015. Porém, diante das dificuldades e da insegurança, a região vem realizando inúmeros movimentos em defesa do produto para garantir a continuidade da fabricação tradicional, bem como a comercialização no mercado brasileiro.

Na Europa, sobretudo em relação à países como a França, com forte tradição e experiência na produção de queijo, a utilização das indicações geográficas como uma forma de agregação de valor e proteção, ou mesmo como ferramenta de desenvolvimento local é um conceito mais antigo. Exemplo disso é o Camembert de Normandie, produzido desde o final do século XVIII de forma tradicional e com leite cru, tendo sido uma das primeiras denominações de origem protegidas pela Comunidade Europeia.

Assim, este trabalho visa comparar o uso deste ativo de Propriedade Industrial (PI) no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França, para obter um melhor entendimento das barreiras e dificuldades existentes, bem como identificar vantagens e limitações para o setor. A proposta é entender o sistema de IG em cada país e analisar como e por que esta ferramenta de PI pode ser utilizada para valorização e fortalecimento do queijo artesanal, aproveitando essas experiências internacionais no auxílio aos desafios dos produtores brasileiros.

Para a realização da pesquisa, foi utilizado o método de estudo de caso, comparando dois queijos tradicionais de renome que possuem registros de propriedade industrial. Na França, a AOP Camembert de Normandie, e, no Brasil, a IP Canastra. Foram realizadas pesquisas bibliográficas, documentais, entrevistas com aplicação de questionários e visitas locais. A descrição dos procedimentos metodológicos e etapas de realização da pesquisa serão apresentados de forma detalhada no Capítulo 6.

Diante do exposto, as principais questões desta pesquisa de tese são:

1.1 Questões da tese

Questão geral: A Indicação Geográfica (IG) pode ser um instrumento de valorização e fortalecimento do segmento de queijo artesanal?

Questões específicas:

(i) Quais as principais características e diferenças entre o sistema de proteção por indicação geográfica no Brasil e na França?

(ii) E em específico para cada uma das regiões estudadas, como as IGs foram implementadas?

(iii) Qual é a importância da IG para as regiões da Canastra e Camembert de Normandie, ambas com forte tradição em produção do queijo artesanal, e quais as vantagens e limitações existentes para os produtores e instituições deste segmento ?

(iv) Além das IGs, existem outros instrumentos de proteção da propriedade industrial (PI) sendo utilizados atualmente pelos produtores de queijo artesanal ?

(v) De que forma as IGs podem contribuir para o fortalecimento do segmento de queijo artesanal ?

O pressuposto deste estudo é que a Indicação Geográfica é um instrumento de fortalecimento do segmento de queijo artesanal.

1.2 Objetivo geral

A pesquisa tem como objetivo analisar como o sistema de proteção por Indicação Geográfica (IG) pode ser utilizado para o fortalecimento do queijo artesanal, a partir de um estudo comparativo entre dois queijos tradicionais de renome: Canastra (Brasil) e Camembert de Normandie (França). O trabalho procura evidenciar as características e diferenças existentes nas estruturas de IG de cada país, bem como o uso deste ativo de propriedade industrial no segmento, destacando potencialidades e dificuldades existentes.

1.3 Objetivos específicos

- Apresentar como é a estruturação da IG no Brasil e na França, destacando as instituições e os atores envolvidos.
- Apresentar dois estudos de caso de IG para o segmento de queijo, a IP Canastra (Brasil) e a AOP Camembert de Normandie (França), e, compará-los delimitando suas especificidades e diferenças.
- Analisar de que forma a IG atua em cada país para valorização das áreas geográficas produtoras de queijo artesanal e destacar potencialidades e desafios existentes.

1.4 Estrutura do trabalho

O presente estudo será apresentado em dez capítulos, estruturados em três grandes blocos: (I) Realização de um estudo comparativo entre os dois sistemas de proteção no Brasil e na França, mostrando as particularidades nas estruturas de IG de cada um; (II) Apresentação das características do segmento de queijo artesanal nos dois países e suas principais barreiras e normas legais existentes; (III) Realização de uma pesquisa de percepção com os produtores e instituições francesas e brasileiras sobre a importância do uso da IG, assim como as vantagens e limitações atuais.

2. PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

2.1 Proteção dos nomes geográficos

O conceito de associar produtos à sua origem geográfica, como sinônimo de qualidade e boa reputação, é muito antiga. As indicações de origem podem ser encontradas nos textos bíblicos, como o vinho de En-Gedi e no cedro do Líbano, e também, na Grécia e Roma antigas, como o bronze de Corinto e o mármore de Carrara (ALMEIDA, 2010).

Durante o período da Idade Média, pela necessidade de diferenciação de seus produtos, as corporações de ofício passaram a utilizar a marca corporativa, assinalando e diferenciando os produtos de uma coletividade, indicando a origem, a excelência, a qualidade e a autenticidade dos seus produtos (Soares, 1996, *apud* Faria, 2011). Os sinais distintivos ganham então importância nas transações comerciais ao distinguir produtos de determinados fabricantes na Europa, permitindo aos consumidores identificar a procedência da mercadoria, bem como, proteger contra falsificações (Pinho, 1996; Ramello, 2006).

Para distinguir um produto de uma corporação específica, utilizava-se um selo ou marca local, e muitas vezes era o nome da própria cidade ou da localidade. Essas corporações possuíam Estatutos e Ordenações, onde se detalhava os aspectos e operações da produção, estabelecendo normas que seus associados deviam cumprir para fabricar os produtos (BRUCH, 2008).

Foi neste período que surgiram algumas regulamentações do uso de nomes de origem, ainda que restritas e incipientes, como por exemplo, no século XII, o queijo de Laguiole, pelo monastério francês de Aubrac, onde os monges definiram regras para a fabricação do queijo (MARIE-VIVIEN, 2010).

Ainda segundo a autora, foi também durante a época medieval (1411) que o rei da França Charles VI, assinou uma carta régia outorgando o monopólio da fabricação do queijo para o povo de Roquefort-sur-Soulzon. Dois séculos mais tarde, em 1666, foi elaborado um texto jurídico protegendo o nome Roquefort. Em todos esses exemplos, a proteção dos nomes de origem tinha como premissa evitar a falsificação de produtos que possuíssem renome.

Porém, foi em Portugal, a partir de ações do Primeiro-Ministro do Reino, Marquês de Pombal, que se estabeleceu uma base legal para o controle da produção e comercialização de um produto de origem, o vinho do Porto (BRUCH, 2008). Pela sua grande notoriedade, outros vinhos passaram a se intitular como sendo “do Porto”, o que prejudicava o comércio do

verdadeiro vinho da região. Para evitar isso, o Marquês de Pombal, por meio do Alvará Régio de 10 de setembro de 1756, criou a Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, promovendo a organização dos produtores, a realização de estudo, bem como definição das características do produto, fixando as regras e o controle da produção. Realizou também a demarcação da área de produção, com a colocação de 335 pilares de pedra, os chamados “marcos pombalinos” (SOUSA, 2003). De acordo com Bruch e Fradera (2011), pelas regras análogas ao sistema posteriormente desenvolvido na França, este poderia ser considerado o primeiro caso de denominação de origem. Mas a exclusividade do uso do nome “Porto” para os produtores de vinho da região do Douro só foi legalmente definida anos depois, por meio do Decreto de 10 de maio de 1907¹.

Entretanto, com a expansão do comércio internacional, sobretudo no século XIX, e o conseqüente aumento das imitações e utilização de procedência enganosa, as leis nacionais se tornaram insuficientes, sobretudo para os vinhos. Os países passaram a pressionar por uma legislação internacional de proteção aos ativos de propriedade industrial, de forma recíproca entre os Estados (EYMARD-DUVERNAY, 1995).

2.2 Legislação internacional

2.2.1 Convenção da União de Paris

O primeiro tratado internacional de proteção da propriedade industrial foi a Convenção da União de Paris (CUP), assinada em 20 de março de 1883, no qual o Brasil foi um dos membros fundadores. Tinha como principal foco a proteção de privilégios de invenção, de desenhos industriais, das marcas como também das indicações de proveniência ou denominação de origem, como destacado em seu art 1º:

“A proteção da propriedade industrial tem por objeto as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem², bem como a repressão da concorrência desleal.”

Apesar da CUP admitir a indicação geográfica como um direito de propriedade industrial não definia seu conceito de maneira clara. Garantia aos nomes de origem uma proteção indireta, limitando-se à prevenção contra falsas indicações de proveniência. Em sua

¹ O decreto definiu uma nova demarcação da região do Douro; regulamentou a produção, a venda, a exportação e a fiscalização deste vinho; e estabeleceu o controle mais restrito sobre a origem do produto.

Fonte: <http://www.ivdp.pt> - Instituto dos Vinhos Douro e do Porto

² Considerados pela primeira vez, enquanto objetos de proteção da propriedade industrial (BELAS, 2012)

6ª revisão (Estocolmo 1967), a repressão às falsas indicações de procedência foram estabelecidas no art. 10º (1 e 2):

“1) As disposições do artigo precedente (referente à apreensão no ato de importação) serão aplicáveis em caso de utilização direta ou indireta de uma falsa indicação relativa à procedência do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante.” (CUP,1967)

“2) Será, em qualquer caso reconhecido como parte interessada, quer seja pessoa física ou jurídica, o produtor, fabricante ou comerciante empenhado na produção, fabricação ou comércio desse produto e estabelecido quer na localidade falsamente indicada como lugar de procedência, quer na região em que essa localidade estiver situada, quer no país falsamente indicado ou no país em que se fizer uso da falsa indicação de procedência.” (CUP, 1967)

Não havia uma definição direta do que seria as *indicações de procedência* (art. 10) ou *de proveniência* (art 1), porém se definia como contrafação a utilização de indicação de procedência para uma área geográfica que não aquela que o produto em questão originário. Um ponto a destacar no tratado da CUP é que o termo *denominação de origem*, apesar de não se definir o conceito, foi considerado pela primeira vez enquanto objeto de proteção da propriedade industrial (BELAS, 2012).

Apesar dos dispositivos da CUP terem sido genéricos e insuficientes para garantir uma proteção internacional eficiente das denominações geográficas, serviu de base posteriormente para assinatura de dois acordos multilaterais relevantes para IG, como o Acordo de Madri em 1891 e o Acordo de Lisboa, em 1958 (BARBOSA, 2011).

2.2.2 Acordo de Madri

O Acordo de Madri, assinado na conferência de revisão da CUP, em 14 de abril de 1891, trata da repressão às indicações de proveniências falsas ou falaciosas sobre produtos. Conforme expresso no artigo 1 do referido acordo:

“Art. 1 - Qualquer produto que contenha uma falsa indicação pela qual um dos países a que se aplica o presente Acordo, ou um lugar situado em qualquer deles, seja direta ou indiretamente indicado como país de lugar de origem será apreendido no ato da importação em cada um dos ditos países”. (Acordo de Madri, 1891)

Este artigo previa ainda que, na falta de sanções específicas à repressão das falsas indicações de proveniência, os países poderiam aplicar as previstas nas disposições legais sobre marcas ou nomes comerciais.

Apesar das inúmeras revisões e atualizações, as últimas em 1979, este acordo não conseguiu ser totalmente eficaz, uma vez que não assegurava uma proteção específica para as indicações geográficas e tampouco sancionava as importações falsas ou falaciosas

acompanhadas dos termos como tipo, estilo, gênero ou imitação (ARRANGEMENT MADRID, 1999).

2.2.3 Acordo de Lisboa

O Acordo de Lisboa resultou da necessidade de um acordo internacional mais específico sobre as indicações geográficas, destacando a denominação de origem como figura autônoma no âmbito do direito industrial e instituindo o sistema internacional de registro.

Administrado pela Organização Mundial da Propriedade Industrial (OMPI), O Acordo de Lisboa foi assinado em 31 de outubro de 1958 por um grupo de oito países, sendo revisado em 1967 e modificado em 1979.

Tendo como referência a legislação francesa³, o Acordo de Lisboa define denominação de origem no art 2 como:

“1 - Entende-se por *Denominação de Origem* a denominação geográfica de um país, de uma região ou de uma localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou características são devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos.” (Acordo de Lisboa, 1958)

Neste Acordo, a proteção das denominações de origem se dá por meio de sistema internacional de registro, sendo necessária a proteção prévia em seu país de origem para que se possa solicitar à administração do Acordo, o reconhecimento nos outros países membros.

Segundo a WIPO (2013), os países membros do Acordo podem adotar o seu próprio sistema para designar denominações, quer por decisão judicial ou administrativa, ou ambos. Uma vez sendo registro, a indicação geográfica poderá então ser protegida em outros Estados-Membros. O prazo de exame é de 12 meses, podendo ser aprovada ou não a proteção em seu território como base no regulamento previsto no Acordo.

Um outro ponto importante do Acordo de Lisboa é ter estabelecido proibições para o uso de termos genéricos, como definido no seu art 3:

“A proteção será assegurada contra qualquer usurpação ou imitação ainda que se indique a verdadeira origem do produto ou que a denominação seja usada em tradução ou acompanhada de expressões como “gênero”, “tipo”, “maneira”, “imitação” ou “outras semelhantes”. (Acordo de Lisboa, 1958)

³ Legislação francesa de 6 de maio de 1919.

Entretanto, apesar de internacionalizar o conceito de denominação de origem, este Acordo reúne ainda um número pouco expressivo de participantes. Desde a sua origem, em 1958, com 8 signatários, até 2014, contam-se apenas 28 países que aderiam ao Acordo de Lisboa⁴.

2.2.4. Acordo TRIPS

Com objetivo de proporcionar uma harmonização entre os países sobre a proteção dos direitos da propriedade intelectual e estimular o comércio mundial, foi assinado em 12 de abril de 1994, o TRIPS - *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* – conhecido em português como Acordo dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC).

O acordo estabeleceu um sistema global para a proteção da propriedade intelectual, sendo resultado da última Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do Comércio, do GATT, no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). Num total de 187 países signatários, esse acordo é considerado o mais representativo, uma vez que, além de agrupar um maior número de Estados, inclui uma obrigatoriedade de negociação pelo aumento da proteção internacional das indicações geográficas.

O ADPIC ou TRIPS trata dos diversos ramos da propriedade intelectual, como direitos de autor e conexos, patentes; marcas; indicações geográficas; desenhos industriais; e topografias de circuitos integrados. A parte do acordo, em específico, que trata das indicações geográficas, é a seção 3 e abrange os artigos 22, 23 e 24 .

Pela primeira vez, o conceito de indicação geográfica é introduzido e sua proteção explícita estabelecida em seu artigo 22:

“1 - Indicações Geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”.
(TRIPS, 1994)

Conforme o relatório CE (2005), no acordo TRIPS a definição de IG expande o conceito de denominação de origem previsto no Acordo de Lisboa ao proteger bens cuja reputação seja atribuída a sua origem geográfica sem a necessidade de comprovação do vínculo entre as qualidades ou características e o meio geográfico. Desta forma, a IG não apenas indica a origem de determinado produto como também insere a reputação ou outra característica que pode ser atribuída a sua origem geográfica. Defini-se um conceito amplo

⁴ OMPI. Disponível em < <http://www.wipo.int/lisbon/es/index.html> >. Acesso em: 15 mai, 2018.

sem estabelecer a diferença entre a indicação de proveniência ou procedência e a denominação de origem.

Ainda no artigo 22, o acordo prevê que os países membros estabelecerão os meios legais para impedir que “a designação ou apresentação do produto, indique ou sugira que o produto em questão provém de uma área geográfica distinta do verdadeiro lugar de origem, de uma maneira que conduza o público a erro quanto à origem geográfica”. Em seu último parágrafo (§4º), garante às partes interessadas a invalidação de um registro de marca caso entre em conflito com uma indicação geográfica.

O acordo TRIPS também estabelece proteção adicional para vinhos e destilados, sendo as condições estabelecidas no artigo 23. Em seu primeiro parágrafo, assegura-se a proteção da IG “mesmo quando a verdadeira origem dos bens esteja indicada ou a indicação geográfica esteja acompanhada por expressões como “espécie”, “tipo”, “estilo”, “imitação” ou outras similares”.

Assim como para as indicações geográficas relativas a todos os produtos, há possibilidade de recusar ou invalidar o registro de uma marca para vinhos e destilados que contenha ou consista em uma IG para vinhos ou destilados, de ofício ou a pedido de uma das partes interessadas (art. 23, §2º).

Em específico para os vinhos o TRIPS estabelece que no caso de indicações geográficas homônimas a proteção será concedida para cada indicação (art 23 §3º), bem como prevê um sistema multilateral de notificação e registro de indicações geográficas para vinhos passíveis de proteção nos países membros participantes desse sistema (art 23, §4º).

Finalmente, o último artigo do TRIPS que trata das indicações geográficas (art. 24), acorda que os Membros devem realizar chamadas para futuras negociações com vista a aumentar a proteção para indicações geográficas para vinhos e bebidas destiladas. E prevê também que o registro de uma marca, idêntica ou similar a uma IG, não será prejudicado quando essa marca tiver sido solicitada antes da data de aplicação dessas disposições naquele Membro (§5º, a), assim como antes que a indicação geográfica estivesse protegida no seu país de origem (§5º, b).

2.3 Indicação geográfica no âmbito da Comunidade europeia

O sistema europeu de proteção aos nomes de origem é o precursor do conceito de indicação geográfica, sendo considerado uma referência para muitos países. De acordo com Sylvander *et al* (2005), diante das freqüentes controvérsias existentes entre as diferentes legislações nacionais, com grande disparidade de regulamentações especialmente entre os países do sul e norte da Europa, buscava-se uma homogeneização na proteção das IGs. Adicionalmente, Anjos *et al* (2013) enfatizam que no âmbito da reorientação da Política Agrícola Comum (PAC), concebida em 1962 e reformada nas décadas seguintes, passam a incluir proteção exclusiva dos produtos agrícolas ou de gêneros alimentícios com uma origem geográfica determinada, como parte da política de diversificação da produção agrícola e de promoção do desenvolvimento local.

Neste contexto da PAC, em 1992, institui-se o sistema de registro das indicações geográficas da Comunidade Europeia (CE). Baseado no modelo francês, foram adotados o Regulamento CE nº 2.081/92 relativo às indicações geográficas protegidas (IGP) e as denominações de origem protegidas (DOP) dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios, com exceção dos vinhos e das bebidas espirituosas⁵, regidas por uma legislação específica (CE nº 479/2008); e o Regulamento CE nº 2.082/92 relativo aos certificados de especificidade dos produtos agrícolas e alimentos.

O Regulamento CE nº 2.081/92 estabelece duas categorias de proteção para os nomes geográficos: as denominações de origem e as indicações geográficas. O artigo 2 do regulamento apresenta a definição, sendo:

“ a) *Denominação de origem*, o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício:

- originário dessa região, desse local determinado ou desse país e
- cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área delimitada”;

“b) *Indicação geográfica*, o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício:

- originário dessa região, desse local determinado ou desse país e
- cuja reputação, determinada qualidade ou outra característica podem ser atribuídas a essa origem geográfica e cuja produção e/ ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada”.

⁵ Bebidas alcoólicas excluindo os vinhos e as cervejas. As bebidas espirituosas são produzidas da destilação de matérias-primas agrícolas (uvas, cereais, milho, nozes, beterraba, cana-de-açúcar, frutas...) como o licor, conhaque, rum, whisky, vodca, gim, cachaça, tequila, etc. São também chamados de aguardentes (*eaux de vie* em francês).

Na denominação de origem há uma relação objetiva e muito estreita entre o meio e as características do produto, inclui fatores naturais e humanos, bem como, todas as etapas (produção, transformação e elaboração) são realizadas na área delimitada. Esta definição recupera os conceitos da AOC⁶ da França e da DO do Acordo de Lisboa, onde a *qualidade* ou *características devem-se principalmente ou exclusivamente ao meio geográfico* considerando a influência dos fatores naturais e humanos (BELAS, 2013).

Quanto à indicação geográfica, o regulamento define uma relação objetiva mais flexível, na qual é suficiente que uma determinada qualidade, reputação ou outra característica seja atribuída à sua origem geográfica. E ao contrário da denominação de origem, basta que uma das etapas de produção ocorra na área geográfica.

O regulamento estabelece que não são passíveis de registro de indicação geográfica ou denominação de origem os nomes genéricos, ou seja, o nome que não mais identifica seu lugar de origem, pois embora corresponda ao local ou região onde foi inicialmente produzido ou comercializado, passou a ser a designação comum para designar o produto.

Quanto ao caderno de especificações, o Regulamento CE nº 2.081/92 estabelece que para que um produto agrícola ou gênero alimentício possa se beneficiar de uma DOP ou IGP é preciso obedecer a especificações. O produto deve ser descrito incluindo as matérias-primas e os métodos utilizados, e se for o caso de uma DO, apresentar suas principais características físicas, químicas, microbiológicas e/ou organolépticas (art 4, §2º, b). Exige-se também a delimitação da área geográfica e a existência de uma estrutura de controle, que poderá incluir um ou vários serviços designados e/ou organismos privados autorizados pelo Estado-Membro (art 10, §2º).

Em 2006, os regulamentos da CE nº 2.081/92 e CE nº 2.082/92 são alterados. Segundo Thevenod-Mottet e Marie-Vivien (2011) foi um ano importante na história da IG na Europa, e essas alterações visavam garantir o cumprimento da decisão de 2005 do órgão de Resolução de Litígios da OMC.

Para as indicações geográficas comunitárias (DOP e IGP) passou-se a vigorar o Regulamento do Conselho nº. 510/2006, enquanto que para as especialidades tradicionais garantidas dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios – ETG, o novo regulamento passava a ser o CE nº 509/2006.

Esses regulamentos não se aplicavam aos vinhos nem as bebidas espirituosas. A legislação foi estendida para as bebidas espirituosas somente em 2008, por meio do

⁶ Na Itália e Portugal a sigla é DOC que é análoga a AOC francesa.

Regulamento do Conselho nº 110/2008 e, para vinhos, no âmbito do regulamento nº 479/2008 e em 2009, por meio do regulamento nº 607/2009. A intenção era de se construir um reconhecimento comunitário das indicações geográficas para os produtos agroalimentares, vinhos e destilados. Entretanto, o vinho pode se beneficiar de registros DOP e IGP, enquanto a legislação prevê somente registro IGP para as bebidas espirituosas⁷.

Sobre as alterações estabelecidas em 2006, destacam-se no regulamento CE nº 510/2006 o acesso à proteção na Comunidade Européia para as indicações geográficas estrangeiras e a introdução de organismos de certificação de terceira parte atuando como organismos de controle (MARIE VIVIEN *et al*, 2015). Conforme os autores, os princípios gerais da legislação alimentar européia reformularam o controle diferenciado entre o que se enquadra no âmbito da autoridade pública e o que poderia ser delegado a organismos privados.

De acordo com Marie-Vivien *et al* (2015), o regulamento da CE nº 510/2006 prevê o controle a dois níveis: o primeiro, macroscópico, que trata do princípio do controle global de todo o sistema DOP/IGP, o chamado “controle oficial”, assegurado pela autoridade competente do Estado Membro. O segundo, a nível microscópico, concerne sobre o monitoramento do cumprimento das especificações de cada DOP/IGP, e é garantido por autoridades competentes do Estado-Membro e/ou por um organismo de certificação independente de terceira parte, acreditados em conformidade com a norma européia EN 45011 ou com a ISO/IEC Guide 65 (art 11, §3º). Assim o termo “organismo de certificação” foi introduzido pelo regulamento de 2006, assinalando a inclusão da DOP/IGP nas normas gerais para certificação de produtos. E caso os Estados Membros escolham uma entidade pública para verificar as especificações, devem oferecer garantias adequadas de objetividade e imparcialidade, bem como, dispor de pessoal qualificado e os recursos necessários (art 11, §4º).

As definições para DOP e IGP mantiveram-se as mesmas já estabelecidas no Regulamento CE nº 2081/92, assim como, as exigências para elaboração do caderno de especificações e delimitação da área geográfica. As denominações continuavam protegidas contra qualquer imitação ou evocação, ainda que fosse acompanhada por termos como “gênero”, “tipo”, “método”, “imitação”, “estilo” ou por uma expressão similar. E o novo regulamento proibia, como o de 1992, o registro de denominações que se tornaram genéricas.

⁷ Base DOOR. Disponível em < https://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes_fr>

Quanto ao Regulamento CE nº 509/2006, relativo às especialidades tradicionais garantidas dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, a ETG, na perspectiva de tornar mais explícito e mais facilmente compreensível para produtores e consumidores, abandona a antiga expressão “certificado de especificidade” do regulamento de 1992.

Este novo regulamento, composto por 22 artigos, define em seu artigo 2º, “Especificidade”, “Tradicional” e “ETG”, apresentadas abaixo:

- a) “Especificidade”: o elemento ou conjunto de elementos pelos quais um produto agrícola ou um gênero alimentício se distingue claramente de outros produtos ou gêneros similares pertencentes à mesma categoria;
- b) “Tradicional”: de uso comprovado no mercado comunitário por um período que mostre a transmissão entre gerações: este período deve corresponder à duração geralmente atribuída a uma geração humana, ou seja, pelo menos 25 anos;
- c) “Especialidade tradicional garantida”: qualquer produto agrícola ou gênero alimentício tradicional que beneficia do reconhecimento da sua especificidade pela Comunidade, por intermédio do seu registro em conformidade com o presente regulamento.

Dentro das exigências relativas aos produtos é que deve ser produzido a partir de matérias-primas tradicionais ou mesmo caracterizar-se por uma composição tradicional, ou ainda um modo de produção e/ou de transformação que reflita o tipo de produção e/ou transformação tradicional. E para as ETG, não pode ser registrado nenhum produto cuja especificidade resida na proveniência ou na origem geográfica. Para ser registrado, é preciso ser específica por si mesmo e exprimir a especificidade do produto agrícola ou do gênero alimentício (art. 4, §2º).

Assim como para as DOP e IGP, as ETG exigem a elaboração de caderno de especificação com a descrição do produto, incluindo as principais características físicas, químicas, microbiológicas ou organolépticas do mesmo. É necessário descrever o método de produção utilizado pelos produtores, incluindo, se for o caso, a natureza e as características das matérias-primas empregadas e o método de elaboração do produto agrícola ou do gênero alimentício (art.6). Como visto anteriormente, para a ETG não é obrigatório o vínculo com a área geográfica, motivo pelo qual a regulamentação não exige uma delimitação de área como as DOP e IGP.

Os pedidos de registro para DOP, IGP, assim como para ETG de produto agrícola ou gênero alimentício são efetuados na Comissão Européia após terem sido submetidos às autoridades nacionais competentes. Após passar por um período de oposição nacional, o Estado-Membro realiza o exame e verifica se satisfaz às condições do respectivo regime. Em seguida é tomada a decisão e publicada. Se favorável, o Estado-Membro assegura a

publicação da versão do caderno de especificações e disponibiliza o acesso por via eletrônica (art 49, §4º).

No nível da comunidade europeia, os pedidos são encaminhados à Comissão, que realiza um exame prévio em no máximo 6 meses. Se o pedido estiver de acordo com a legislação europeia, publica-se o pedido na Revista Oficial da CE e abre-se um período de 3 meses para oposição de interessados. Em seguida, a Comissão realiza exame e fundamenta a decisão. Se aprovada é registrada na CE. A Figura 1 esquematiza os procedimentos de registro de IGP, DOP e ETG.

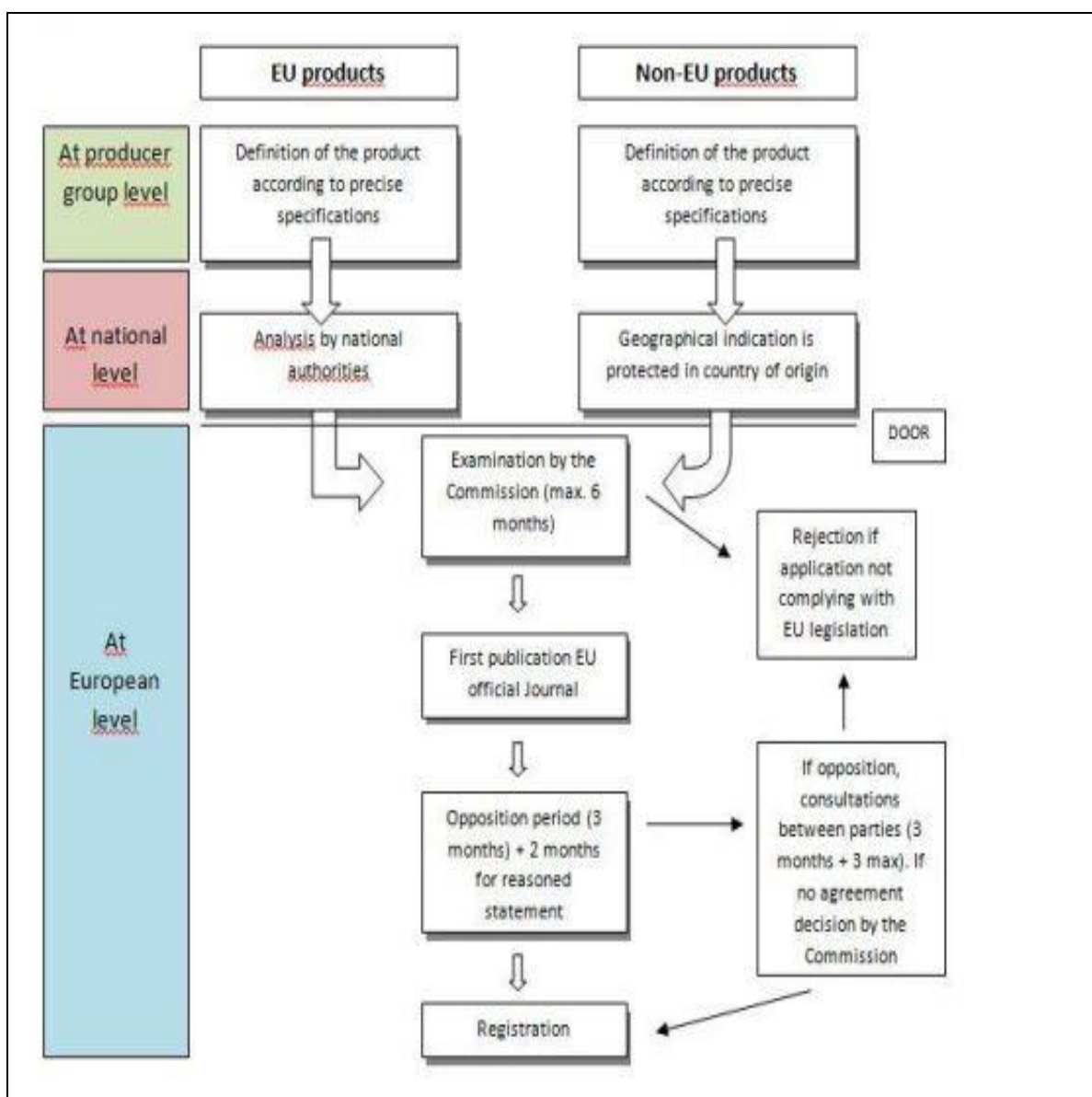


Figura 1: Fluxograma dos procedimentos de registros DOP, IGP e ETG na CE
 Fonte: Database of Origin and Registration – DOOR (2018)

Os símbolos correspondentes da União Europeia representados em diferentes idiomas são mostrados na Figura 2 abaixo:

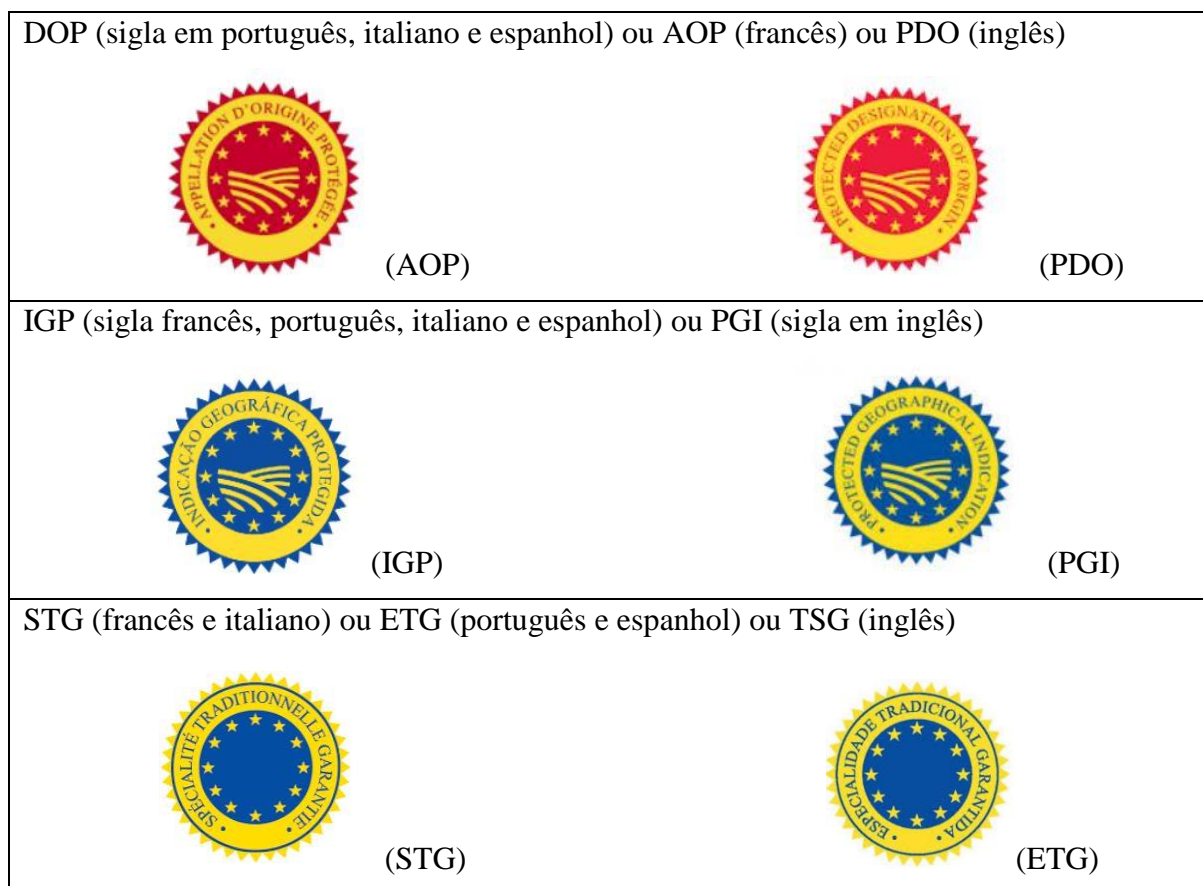


Figura 2: Siglas dos registos dos nomes de origem AOP, IGP e ETG da União Europeia
 Fonte: Database of Origin and Registration – DOOR (2018)

Vale observar que o termo DOP (*Denominação de Origem Protegida* em português, ou *Denominazione D'Origine Protetta* em italiano) é escrito no idioma francês como AOP (*Appellation d'Origine Protégée*), possuindo o mesmo significado e função. Assim como a sigla STG (*Spécialité Traditionnelle Garantie*) é ETG (*Especialidade Tradicional Garantida*) em português ou mesmo TSG (*Traditional Speciality Guaranteed*) em inglês. Ressalta-se que desenhos e cores dos respectivos símbolos europeus não se alteram, sendo os mesmos em todos os países.

Em 2012, as legislações de CE nº 509/2006 e CE Nº 510/2006 foram revogadas e um novo regulamento, mais amplo e englobando DOP, IGP e ETG em um só documento foi publicado.

Muitas definições já estabelecidas se mantiveram, especificando somente de forma mais clara e precisa. O regulamento CE nº 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho

relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, de 21 de novembro de 2012, estabeleceu assim uma definição para DOP e IGP apresentada em 3 requisitos principais, no artigo 5, § 1º e 2º:

1. *Denominação de Origem* – denominação que identifique um produto:
 - a) Originário de um local ou região determinados, ou, em casos excepcionais, de um país;
 - b) Cujas qualidade ou características se devam essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo seus fatores naturais e humanos; e
 - c) Cujas fases de produção tenham **todas** lugar na área geográfica delimitada.

2. *Indicação geográfica* – denominação que identifique um produto:
 - d) Originário de um local ou região determinados, ou, em casos excepcionais, de um país;
 - e) Que possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica; e
 - f) Em relação ao qual **pelo menos uma das fases** de produção tenha lugar na área geográfica delimitada.

Nesta definição de DOP e IGP, o que foi acrescentado em relação às legislações anteriores é que enquanto na denominação de origem, todas as etapas de produção devem ser realizadas na área geográfica delimitada, na indicação geográfica, é suficiente que pelo menos uma das fases aconteça na região demarcada.

Como no regulamento anterior de 2006, permanece neste novo regulamento a obrigatoriedade de elaboração do caderno de especificações do produto, apresentando a descrição do produto, das matérias-primas e métodos de produção utilizados, e se for o caso, incluindo suas principais características físicas, químicas, microbiológicas ou organolépticas. Assim como, continua sendo obrigatório apresentar a delimitação da área geográfica e realização de controle de verificação da conformidade com o caderno de especificações do produto. Esse controle é efetuado por uma ou mais autoridade competente que podem delegar num ou mais organismos de certificação de produtos acreditados pela norma européia.

No que diz respeito aos procedimentos de depósito e de oposição, o novo regulamento não alterou as regras anteriores. Deve seguir o trâmite previsto pela Comunidade Européia, apresentado no fluxograma da Figura 1. Também, como nas legislações anteriores, a denominação do produto deve estar protegida no seu país de origem, com uma declaração formal do Estado-Membro, bem como, publicar o caderno de especificações. O uso de termos genéricos como “gênero”, “tipo” ou outros similares, permanece proibido, sendo acrescentado ao final do parágrafo, *inclusive se os produtos forem utilizados como ingredientes*.

Quanto ao uso de marcas e denominações, o regulamento europeu de 2008 permite a utilização na rotulagem das marcas geográficas coletivas juntamente com a denominação de origem protegida ou a indicação geográfica protegida⁸. Essas marcas geográficas coletivas são aquelas constituídas por nomes geográficos que identificam produtos ou serviços provenientes de uma pessoa jurídica representativa de coletividade. São requeridas pelos próprios organismos de gestão para representar graficamente sua denominação de origem ou indicação geográfica, uma vez que as designações do nome de origem só podem ser apresentadas na forma nominativa.

Em 2012, o novo regulamento (CE nº 1.151) inclui as ETG no mesmo documento que as DOP e IGP estabelecendo condições e critérios para o seu registro. Prevê em seu artigo 18, que podem ser registradas como especialidades tradicionais garantidas as denominações que descrevam um determinado produto ou gênero alimentício que:

- “a) Resulte de um modo de produção, transformação ou composição que correspondam a uma prática tradicional para esse produto;
- b) Seja produzido a partir de matérias-primas ou ingredientes utilizados tradicionalmente.”

O caderno de especificações das ETGs deve descrever as matérias-primas ou ingredientes utilizados e o método de elaboração do produto. São receitas e modo de preparo de alimentos tradicionais, e, sua denominação não necessariamente é a de um nome geográfico, não estando obrigatoriamente vinculada a uma região em particular. Como exemplos de ETG, temos Mozzarella e Pizza Napoletana na Itália, Presunto Serrano na Espanha e os mexilhões cultivados em estacas de madeira (Moules de Bouchot), na França.

O Gráfico 1 representa a distribuição dos registros de indicações geográficas para produtos agroalimentares na CE que perfazem um total de 1.427 registros⁹ computados até março de 2018, sendo 633 DOP, 737 IGP e 57 ETG. Os produtos são divididos em 23 classes para DOP e IGP e 17 para as ETGs, e incluem carnes, frutas, legumes, cereais, queijos, mel, óleos essenciais, cervejas dentre outros.

Os países com maior número de registro DOP e IGP são, por ordem decrescente: Itália com 293 registros, França, 245; Espanha, 191; Portugal, 138; Grécia, 106; Alemanha, 90 e

⁸ O art 15º da Diretiva 2008/95/CE estabelece disposições especiais relativas a marcas coletivas, marcas de garantia e de certificação.

⁹ Base DOOR (Database of Origin and Registration) Disponível em <<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=pt>> Acesso em mar. 2018.

Reino Unido com 66. O percentual de “outros” contempla 9 países, incluindo 4 países não europeus como a Colômbia, China, Índia e Vietnã.

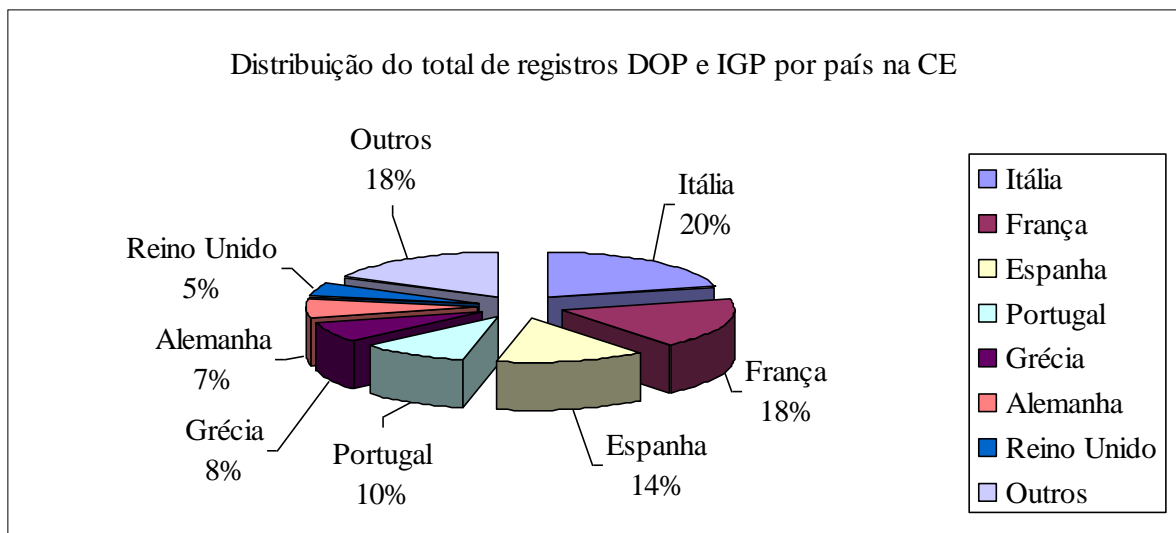


Gráfico 1: Distribuição dos registros DOP e IGP para produtos agroalimentares na CE
Fonte: Base DOOR (2018)

Os signos europeus de proteção aos nomes de origem - DOP, IGP e ETG - compõem uma importante ferramenta de política de desenvolvimento rural dentro da Política Agrícola Comum (PAC). Elaborada em 1958, a política agrícola europeia teve como objetivo principal de financiar a produção agrícola, para garantir o abastecimento, a autossuficiência de alimentos e garantir a continuidade da agricultura na Europa. A PAC entrou em vigor em 1962, sendo a primeira política construída no âmbito da Comunidade Europeia (CE, 2014).

Ao longo dos anos, muitas medidas de incentivo e subvenções financeiras foram sendo estabelecidas na PAC para estimular e desenvolver a agricultura nos países europeus, promovendo o crescimento sustentável e inclusivo nas zonas rurais. Conforme CE (2014), dentro da premissa de obter segurança e garantir a qualidade dos alimentos, a Europa estabeleceu normas de comercialização, sistemas de qualidade para designar produtos com características específicas, sistemas de certificação e norma de higiene.

Essas normas de comercialização surgem no âmbito da PAC para facilitar as trocas na Europa, definindo as categorias dos produtos, as características mínimas a respeitar e certas exigências de rotulagem, informando ao consumidor sobre a origem e permitindo comparar os preços entre produtos de qualidade equivalente (CE, 2014).

As três designações especialmente ligadas à origem geográfica, DOP, IGP e ETG, são então estabelecidas no âmbito da PAC e fazem parte da política de incentivos e proteção a

produção de produtos agroalimentares assim como a produção e comercialização de vinhos e bebidas espirituosas. Além disso, as designações de origem visam proporcionar ao consumidor qualidade de informação acerca da origem dos produtos comercializados na CE.

Os produtos agrícolas e gêneros alimentícios passíveis de obter registro de DOP, IGP e ETG na Comunidade Européia estão classificados em dois grandes blocos e disponibilizados na Base DOOR¹⁰, na forma de pedidos apresentados, publicados e registrados. O primeiro bloco da classificação dos produtos inclui as espécies IGP e DOP, e, o segundo, a ETG.

No total, para as IGP e DOP são 23 classes e incluem os seguintes produtos: (1.1) Carnes e miudezas frescas; (1.2) Produtos à base de carne (aquecidos, salgados, fumados etc); (1.3) Queijos; (1.4) Outros produtos de origem animal (ovos, mel, produtos lácteos diversos exceto manteiga, etc); (1.5) Matérias gordas (manteiga, margarina, óleos, etc.); (1.6) Frutas, produtos hortícolas e cereais não transformados ou transformados; (1.7) Peixes, moluscos e crustáceos frescos e produtos à base de peixes, moluscos ou crustáceos frescos); (1.8) Especiarias e etc...; (2.1) Cervejas; (2.2) Águas minerais naturais; (2.3) Bebidas à base de extratos de plantas; (2.4) Produtos de padaria, de pastelaria, de confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos; (2.5) Gomas e resinas naturais; (2.6) Pasta de mostarda; (2.7) Massas alimentícias; (3.1) Feno; (3.2) Óleos essenciais; (3.3) Cortiça; (3.4) Cochonilha (matéria-prima de origem animal); (3.5) Flores e plantas ornamentais; (3.6) Lã; (3.7) Vime e (3.8) Linho gramado.

Para as Especialidades Tradicionais Garantidas, são 17 classes e incluem chocolates (2.2) ao invés das águas minerais da DOP e IGP, bem como, pratos compostos para a classe 2.5; molhos condimentados preparados (2.6); sopas e caldos (2.7), bebidas à base de extratos de plantas(2.8) e gelados e sorvetes (2.9). Na ETG, não estão incluídos produtos como feno, óleos essenciais, cortiça, cochonilha, flores e plantas ornamentais, lã, vime e linho gramado.

Vale destacar que a PAC tem como eixo central ajudar os agricultores, reforçando a sua posição negocial diante dos outros interveientes na cadeia do setor alimentar. Segundo Anjos *et al* (2013), somente a partir da segunda metade dos anos 1990 que se começa a avançar na consolidação de uma política européia de desenvolvimento, por meio da criação de Programas de Desenvolvimento Rural. Anteriormente, a política agrária estava associada ao paradigma da modernização agrária e da centralidade da agricultura como objeto de financiamento. A nova etapa é marcada pelo paradigma da multifuncionalidade, onde se passa

¹⁰ Database of Origin and Registration (DOOR) - Banco de dados da Comunidade Européia para os pedidos e registros de DOP, IGP e ETG de 1992 até o presente. Disponível em: < <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=pt> > Acesso em mar. 2018.

a considerar que o espaço rural deve também incorporar outros papéis como turismo e proteção à biodiversidade, por exemplo.

É neste contexto que se fortalece a estratégia de fortalecimento dos produtos com identidade cultural, como é especificamente o caso das indicações geográficas em toda sua diversidade e riqueza. Anjos *et al* (2013) destacam que a agregação de valor aos produtos é vista como um meio capaz de resgatar os vínculos com o território e fortalecer a identidade sociocultural dos grupos envolvidos.

2.4 IG e o desenvolvimento local

O uso das indicações geográficas como ferramenta de desenvolvimento local é motivo de muitos estudos na literatura que incluem discussões sobre seus efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

O conceito de indicação geográfica vem se consolidando ao longo dos anos como instrumento de proteção e valorização de produtos locais. Muitos estudos enfatizam o papel das IG como um instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, de proteção e promoção comercial de produtos tradicionais, sendo consideradas uma forma de utilizar vantagens comparativas locais para impulsionar o desenvolvimento das regiões (DUPIM, 2015).

A IG, por ser um ativo que atesta reputação, características ou qualidades de um bem, associado a um meio geográfico específico, cria uma noção de produtos típicos e tradicionais, agregando valor aos mesmos. É a partir da necessidade de valorização e proteção desses produtos característicos que os atores locais buscam o reconhecimento da IG.

Conforme descrito em ITC (2009), os benefícios advindos do reconhecimento de indicações geográficas, no que tange ao desenvolvimento local, tem causado aumento do emprego e melhoria da qualidade de vida, sobretudo no ambiente rural. As IG podem fornecer a estrutura como um mecanismo de mercado, para preservar valores culturais, tradicionais e ambientais.

Neste sentido, são considerados quatro componentes essenciais para o sucesso de qualquer IG, como apontados pelo ITC (2009):

1. Estruturas organizacionais e institucionais sólidas para manter, comercializar e controlar a IG. E isso inclui a identificação e demarcação justa de uma IG; a organização de práticas e padrões e o estabelecimento de um plano para proteger e comercializar as IGs.

Exige assim a criação de instituições e estruturas de gestão locais, com métodos participativos de cooperação e participação de longo prazo.

2. Participação igualitária dos produtores e empresas da região da indicação geográfica que compartilham não somente os custos e benefícios, mas também o controle e as decisões sobre seus bens coletivos.

3. Fortes parcerias de mercado que se comprometam a promover e comercializar os produtos de IG. Muito do sucesso da IG no mercado é resultado das relações comerciais e dos esforços de marketing dos parceiros a longo prazo.

4. Proteção jurídica eficaz, incluindo um forte sistema nacional de IG. Escolha cuidadosa dentre as opções de proteção para permitir um controle eficaz e sua aplicação nos mercados relevantes para diminuir as possibilidades de fraude que pode comprometer a reputação dos produtos identificados pela IG, bem como sua validade.

Embora as IGs tenham algumas características particulares, elas são fundamentalmente bens coletivos. E por afetarem pessoas e recursos de uma região, é essencial que a governança e a proteção legal sejam estruturadas para atender ao maior número de produtores e evitar privilégios exclusivos a um grupo reduzido. Segundo Mascarenhas e Wilkinson (2013), as IGs podem servir de estruturas úteis para impulsionar uma forma integrada de desenvolvimento rural que pode facilitar a participação igualitária entre todos os atores integrantes.

Entretanto, para que o processo de implementação de uma IG ocorra de forma efetiva é preciso consolidar uma rede de atores atuando de forma integrada e estruturada. Conforme discorre Valente et al. (2013), essa organização é fator essencial para a constituição de uma IG, que precisa construir uma forte dinâmica entre os atores locais, que em conjunto atuam nas etapas de elaboração do regulamento de uso; delimitação da área geográfica; comprovação de que a região se tornou conhecida como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço; e realização de estudos sobre a influência do meio geográfico na qualidade ou características do produto ou serviço, que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

Vale ressaltar que, mesmo após a obtenção do registro, algumas instituições continuam desenvolvendo trabalho com as IG. Assim, além de proteger e preservar a IG, essa organização pode propor ações que promovam a organização e o desenvolvimento do território.

Sobre esse aspecto, Mascarenhas e Wilkinson (2013) reforçam que uma multiplicidade de atores intervém no sistema de produção da IG. E que, embora não seja tarefa fácil, a participação de todos os integrantes da cadeia produtiva poderia possibilitar uma melhor delimitação da área geográfica, um regulamento de uso mais adequado e congruente com a produção e o mercado, e uma estrutura de controle mais plural.

Os autores citam como exemplo a França, onde a organização representante da IG, intitulada como Organismo de Defesa e Gestão (ODG), atua no sentido de buscar a conciliação entre os diferentes atores do elo da IG: a produção, à montante; e, os comerciantes e distribuidores, à jusante. A estrutura de controle da IG conta com os produtores, a ODG e os organismos de terceira parte, permitindo uma composição com outros atores que não somente aqueles do elo de produção.

Com relação à quantidade e à diversidade de produtores e atores envolvidos, Velloso et al. (2014) apresentam alguns contrapontos que podem existir. Por um lado, um número e uma diversidade maior de produtores possibilitam maior dinamização e desenvolvimento local, por outro, aumentam as possibilidades de surgimento de conflitos e divergências, e, por conseguinte, mais difícil será o trabalho de sua organização. A organização é quem define os critérios e as condições para a estruturação do grupo, e deve buscar a inclusão e a participação ampla dos atores locais na área geográfica da IG para garantir uma maior representatividade.

Quando a discussão envolve escala em produtos de IG, Nierdele (2014, p.240) diz que:

“Para os produtores de pequeno porte, a falta de escala faz com que os custos de implementação da IG componham uma proporção mais significativa na formação do preço do produto. Já para os maiores, as restrições de produtividade tornam muitas vezes a utilização da IG desinteressante.”

Neste sentido, ITC (2009) aponta que, quando as indicações geográficas são produtos artesanais, raramente conseguem atingir o tamanho e as economias de escala necessárias para concorrer numa base de preço direto com produtos similares aos produtos mais industrializados. Porém, a conexão entre qualidade e tipicidade, ou seja, características únicas do lugar (o *terroir* que abrange fatores naturais e *know how* local) que as IGs transmitem ao consumidor, proporcionam vantagens aos produtos artesanais comparados a produtos de produção em massa.

Entretanto, apesar dessa potencialidade, é necessário ponderar que além de benefícios as IGs podem gerar prejuízos, tanto do ponto de vista do produtor quanto do consumidor, conforme destacado no Quadro 1:

Quadro 1: Benefícios e prejuízos das IGs para consumidor e produtor

Benefícios para o consumidor	Benefícios para o produtor
Produtos únicos e de maior qualidade	Preços mais altos
Transmite informações e minimiza “pesquisa de preço”	Proteção da tradição local e das práticas culturais
Permite a rastreabilidade	Mercado de diferenciação e exclusividade
Um meio de preservar valores culturais, tradicionais e ambientais.	Externalidade locais positivas, incluindo melhor emprego, desenvolvimento rural, governança, etc
Prejuízos para o consumidor	Prejuízos para o produtor
A exclusividade pode elevar os preços	Aumenta custos de produção
Pode reduzir a inovação ou melhoria	Pode reduzir a inovação
O uso de sistemas públicos de IG pode aumentar os custos públicos de governança	Exige maior governança local, bem como maior capacidade institucional e maiores custos.
Pode reduzir a concorrência e aumentar o protecionismo	Maiores custos legais, se o sistema de proteção não for estatal.

Fonte: ITC (2009)

Há que se notar que, por um lado as IGs são instrumentos potenciais para o desenvolvimento rural, pois abrangem questões de competitividade econômica, responsabilidade ambiental e valor sócio-cultural. Por outro, nem sempre as IGs são as ferramentas mais apropriadas para o desenvolvimento local. Existem aspectos que são potencialmente negativos associados às IGs, embora sejam em grande parte resultado de um projeto inadequado ou de estruturas inadequadas de governança. As IGs mal gerenciadas podem ser dominadas por interesses políticos limitados ou apenas por algumas empresas, por exemplo. Em alguns casos, as IG podem excluir os produtores mais pobres ou até mesmo estimular resultados inadequados, como a dissolução de práticas tradicionais ou a destruição da biodiversidade (ITC, 2009).

Conforme Nierdele (2011), ainda não há como demonstrar claramente o papel das IGs no desenvolvimento territorial rural, pois as tentativas de generalização de um território para outro raramente são válidas. Enfatiza que embora muitos destes impactos possuam comprovação empírica, estas dimensões são abordadas de forma fragmentada.

Um dos segmentos da economia que tem um grande interesse e expectativa no uso das indicações geográficas é o agroalimentar. Segundo Belletti et al (2007), na Europa, os símbolos DOP e IGP exercem um efeito de garantia para os consumidores, criando referências e reduzindo os custos de informação, bem como minimizando o risco moral. Os

autores destacam que algumas dificuldades das pequenas e médias empresas do setor agroalimentar de entrarem em novos mercados pode ser determinada por vários custos de transação, tais como: os associados com gestão e coordenação da cadeia de abastecimento; dos produtores com comunicação e coordenação; para testar potenciais fornecedores; de informação e pesquisa com consumidores. Neste sentido, o uso das indicações geográficas ajuda a identificar as características associadas ao produto, reduzindo os custos de transação, tanto do lado do comércio quanto dos consumidores.

Em um levantamento realizado entre 2007 e 2008 pelo ITC, a Europa contava com cerca de 6.021 indicações geográficas (DOP/IGP), sendo 5.200 para vinhos e bebidas espirituosas e 821 para alimentos¹¹. Os EUA, ocupando o segundo lugar, contabilizavam 910 registros de IG¹², sendo 730 para vinhos, 100 para bebidas espirituosas e 80 para alimentos.

De acordo com Nierdele (2009), a IG é um forte contraponto à homogeneização da produção e do consumo, principalmente por valorizar a diversidade e a singularidade de produtos, ressaltando os bens imateriais associados a eles como saber-fazer, tradição, costumes, práticas de produção. O autor enfatiza que as IGs encontram-se em fase de adaptação a um novo contexto de estratégias competitivas nos mercados alimentares, construindo conhecimento, redefinindo práticas e dinamizando a emergência das inovações.

As IGs são consideradas bens imateriais de uso coletivo, uma vez que as pessoas e empresas de uma região com uma IG específica acumulam e compartilham benefícios mesmo que não sejam produtores diretos, enquanto os consumidores também podem se beneficiar da diferenciação na proteção de uma IG (ITC, 2009).

Uma questão relevante no que tange a proteção das IGs é que sua efetividade exige mais do que a simples proteção legal dos nomes geográficos. Deve existir uma associação interdependente entre o produto, seu lugar de origem e sua qualidade. Para ser eficaz a longo prazo, essa correlação deve ser preservada em toda a cadeia produtiva, e os atores envolvidos no sistema de IG devem atuar em conjunto e de forma colaborativa. Como descreve o ITC (2009), enquanto a organização, estrutura e gerenciamento de controles de certificação e marketing de uma IG podem ser em grande parte realizados por uma empresa privada, o papel do governo é essencialmente o de fornecer o quadro jurídico para evitar fraudes no sistema.

¹¹ Segundo dados da base DOOR, em março de 2018, contabilizam-se 1.427 registros de alimentos na Comunidade Européia. Disponível em < <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=pt> > Acesso em mar. 2018.

¹² Na forma de marca geográfica certificada.

No Brasil, o Estado ainda possui um papel reduzido no desenvolvimento das IGs, o que pode ser explicado devido à premência dos interesses do setor agroindustrial exportador que considera as estratégias de IG como uma barreira à entrada dos produtos brasileiros (*commodities*, basicamente) no mercado europeu (BLUME; PEDROZO, 2008; DIAS, 2005).

De qualquer forma, há que se notar que não existe uma política rural brasileira, vinícola ou em outros setores, que utilize o reconhecimento de indicações geográficas como ferramenta de desenvolvimento, a exemplo do que é encontrado no PAC na Comunidade Européia, ou até mesmo em alguns países da América Latina. Como exemplos, destacam-se o Chile, pelos acordos bilaterais envolvendo IGs para vinhos; o Peru que faz parte do Acordo de Lisboa e conta atualmente com forte incentivo governamental e a Colômbia por seus programas de proteção e incentivo ao registro das IGs e marcas coletivas para artesanatos (DUPIM, 2015).

Dentre os principais problemas para as IGs brasileiras, Nierdele (2011) aponta fatores como: baixo grau de organização dos produtores; baixo protagonismo dos produtores de matéria-prima; assimetrias na distribuição de renda e valor agregado ao longo da cadeia produtiva; dificuldades de adequação dos produtores familiares à legislação; excessiva restrição estabelecida por determinados regulamentos de uso; baixo grau de elaboração dos produtos e falta de canais de comercialização para os produtos identificados pelo sinal distintivo.

Um argumento utilizado para o não investimento em políticas de valorização de indicações geográficas diz respeito ao baixo poder aquisitivo dos consumidores de países em desenvolvimento. Conforme ITC (2009) ressalta, o número de consumidores dispostos a pagar um preço prêmio pelos produtos de origem controlada é comparativamente pequeno nos países em desenvolvimento. Adicionalmente, aponta que a maioria dos consumidores desconhecem o significado de certificações desta natureza.

Com relação à essa questão, Nierdele (2009) argumenta que apesar de existir no Brasil uma parcela significativa de consumidores dispostos a consumir produtos diferenciados, estes direcionam seu consumo à produtos importados. Acrescenta também que uma grande parte destes consumidores não reconhece ainda nos produtos de origem nacional os mesmos atributos conferidos aos produtos importados de luxo. E isso, em grande parte, se deve a pouca ou quase nenhuma divulgação como os produtos locais são divulgados e o forte apelo comercial das IGs estrangeiras.

Quanto ao alcance de mercado, muitos estudos mostram os benefícios advindos do reconhecimento das IGs na melhoria de acesso aos mercados, sobretudo naqueles que valorizam os produtos de origem. Neste aspecto, ainda não se observou no Brasil uma estratégia articulada, envolvendo a distribuição e oferta nos grandes mercados dos produtos diferenciados por esse signo distintivo. Cerdan et al (2008) destaca alguns exemplos como a IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional para carne bovina e derivados, que só atende poucas lojas especializadas em Porto Alegre, da mesma forma como outros exemplos, que ainda não são ofertados nos mercados, como o DO arroz do Litoral Norte Gaúcho ou produtos que utilizam o couro da IG Vale do Sinos.

Conforme Dupim (2015) enfatiza, o que se observa no atual estágio de desenvolvimento das IGs no Brasil são iniciativas pontuais de algumas instituições que promovem e utilizam o conceito de IG para incentivar a organização de alguns setores produtivos específicos. Até o presente, ainda não há uma política coordenada que utilize o reconhecimento de indicações geográficas como ferramenta de desenvolvimento.

2.5 Patrimônio Cultural e Indicação Geográfica

A proteção dos conhecimentos tradicionais tem sido alvo de diversas discussões na literatura e protagonizado constantes debates entre os países, dada a importância do tema, tanto para a preservação da cultura, quanto para os interesses comerciais. Este conceito de conhecimento tradicional está relacionado às informações confidenciais baseadas na tradição, que foram transmitidas de geração em geração e pertencem a um povo ou seu território (WIPO, 2009).

No Brasil, a proteção dos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade e aos recursos genéticos envolvem um arcabouço legal que teve como origem a Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB) assinada durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada na cidade do Rio de Janeiro em 1992, que dispõe apenas da proteção do conhecimento tradicional relacionado à biodiversidade. Alguns anos mais tarde, o foco da discussão foi para proteção do conhecimento tradicional associado ao patrimônio genético, sendo estabelecidos direitos e obrigações de acesso bem como de repartição de benefícios para a conservação e uso sustentável da biodiversidade, como previsto na lei nº 13.123 de 20 de maio de 2015.

Além dos conceitos e definições existentes na Convenção sobre Diversidade Biológica – CDB, a lei de acesso ao patrimônio genético relaciona conhecimento tradicional às informações ou práticas de população indígena, comunidade tradicional ou agricultor tradicional associadas ao patrimônio genético.

Porém, quando o conhecimento tradicional não está associado ao patrimônio genético, um dos mecanismos de proteção é pelo registro do patrimônio cultural imaterial. Este conceito teve como marco legal a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial assinada em Paris em 17 de outubro de 2003 (UNESCO) e promulgada, em 2006, no Brasil pelo Decreto nº 5.753, onde se definiu a proteção para práticas, expressões, conhecimento e técnicas, onde os grupos e indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (art 2º). Nesta definição, o sentido de identidade e continuidade é essencial, e é o que contribui para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

O patrimônio cultural imaterial se manifesta nas tradições e expressões orais, expressões artísticas, práticas sociais, rituais e atos festivos, conhecimentos e práticas relacionadas à natureza e ao universo, bem como, as técnicas artesanais tradicionais. A Convenção para a Salvaguarda dispõe também que as partes devem adotar medidas para garantir, em seu território, a salvaguarda desse tipo de patrimônio.

No Brasil, a proteção ao patrimônio cultural imaterial é responsabilidade do Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN), que estabelece que os bens culturais imateriais passíveis de registro são aqueles que detêm continuidade histórica, possuem relevância na memória nacional e fazem parte das referências culturais de grupos formadores da sociedade brasileira. Por isso, para obtenção de registro no IPHAN, os bens culturais imateriais passam por uma pesquisa histórica detalhada e um trabalho de campo para fundamentar e instruir o processo de registro, que com a concessão devem ser inscritos em um dos 4 Livros de Registros:

(I) Saberes – são inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades;

(II) Celebrações – são inscritos rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social;

(III) Formas de Expressão – serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas;

(IV) Lugares – serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas.

Hoje existem 41 bens registrados, sendo 16 inscritos no Livro de Formas e Expressões, 11 no Livro de Saberes, 10 no de Celebrações e 4 no de Lugares (IPHAN, 2018).

Queiroz (2014) destaca que estes registros, além do título de Patrimônio Cultural do Brasil, trazem outras conseqüências, como por exemplo: cumprir a obrigação pública de documentar; acompanhar e apoiar a dinâmica das manifestações culturais registradas; implementar ações de promoção e divulgação, bem como promover o reconhecimento da importância desses bens e sua valorização.

Um exemplo de patrimônio cultural imaterial é o modo de tocar sinos nas cidades mineiras, uma forma de comunicação e identidade local que é objeto de registro pelo IPHAN. Em Minas Gerais, o Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas no Serro, Canastra e Serra do Salitre/ Alto Paranaíba é importante registro de patrimônio intangível. Em Pirenópolis, Goiás, outro exemplo de patrimônio imaterial é a Festa do Divino de Pirenópolis, criada em 1819 e festejada até hoje. É na Festa do Divino que são apresentadas as Cavalhadas, representação da luta entre mouros e cristãos na Idade Média.

Entretanto, Santilli (2015) enfatiza que os bens culturais passíveis de proteção não geram necessariamente produtos com valor econômico, ainda que possuam um forte valor simbólico, político, cultural e social. Em contrapartida, Silva (2011, p. 111) ressalta que “todo cuidado é necessário ao se atribuir valor aos bens culturais, para que não se cometa o erro de se valorizar muito mais a mercadoria do que o bem cultural produzido por uma coletividade.”

Um outro aspecto é quanto ao seu valor jurídico. De acordo com Belas (2013, p.196), “[...] as ações de inventários e registros empreendidas pelo IPHAN não preveem mecanismos de sanção capazes de evitar reproduções ou outras formas de apropriações sem consentimento prévio dos detentores dos bens culturais.” E aponta que “[...] a titularidade de patrimônio imaterial do Brasil, ao contrário dos mecanismos de proteção do sistema de propriedade intelectual, não concede direitos de exclusividade ou qualquer outra proteção no âmbito comercial”.

Diante destas limitações de alcance do registro dos bens culturais, basicamente comercial e jurídico, outras ferramentas de proteção dos conhecimentos tradicionais vêm surgindo e se fortalecendo nos últimos anos. Uma delas é o uso das Indicações Geográficas.

A possibilidade das IGs protegerem um nome geográfico associado a determinado conhecimento tradicional reside na exigência legal da elaboração de um regulamento de uso e na delimitação de uma área geográfica. É nesse documento que os produtores devem descrever seus produtos, matérias-primas empregadas e os métodos e regras de produção em determinada área geográfica. De acordo com Bruch (2013), elaborar o regulamento de uso é resultado de um trabalho coletivo e uma etapa-chave para que o conhecimento e os saberes locais sejam contemplados e incluídos, de fato, nas regras de produção de todos os produtores inseridos na IG.

De acordo com a Lei da Propriedade Industrial (LPI), Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996, são previstas duas espécies de indicação geográfica: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Enquanto na IP é exigida a comprovação da reputação do nome geográfico como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço (art. 177), na DO é preciso fornecer documentos que comprovem que a qualidade ou características do produto se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos (art. 178).

A partir da base de dados do INPI (2018), em um total de 59 IG nacionais, 43 são para produtos agroalimentares. Porém, até o presente, apenas 5 IG possuem registro como patrimônio cultural imaterial no IPHAN, sendo todas da modalidade IP: Goiabeiras, Canastra, Serro, Divina Pastora e Cajuína (IPHAN, 2018).

Um outro ponto a destacar é que todas as IG que tem os bens culturais registrados no IPHAN estão inscritos no Livro dos Saberes. Isto fica evidente quando vemos que os demais livros são os das celebrações, formas de expressão e lugares onde são concentradas práticas culturais coletivas. A função de proteção das IG prevê somente produtos ou serviços.

Contudo, Dias (2005, p.85) chama a atenção que as IG não protegem propriamente os conhecimentos tradicionais, apenas garantem o uso exclusivo do nome de origem:

“De fato, nem sempre os mecanismos de proteção (como o de indicações de origem ou de marcas) são os mais adequados. Frequentemente, os donos da indicação geográfica poderão prevenir a comercialização de produtos sob a mesma indicação, mas não terão capacidade para prevenir apenas através das indicações geográficas a competição das empresas que usam o seu conhecimento e o vendem com diferentes nomes ou marcas.”

Há que se ter em mente que a viabilidade de uma IG depende de diversos fatores, internos e externos ao seu campo de atuação. Conforme Mascarenhas e Wilkinson (2013, p.282) “[...] exige capacidade organizacional, gerencial e de mercados das organizações dos produtores, em sintonia fina com a realidade local e as exigências do mercado.” Por ser

resultado de uma ação coletiva, entre atores locais e não locais, trabalhando de forma estruturada e integrada, não é evidente e imediata a apropriação de uma IG.

Apesar dessas dificuldades e limitações como instrumento mais adequado de proteção aos conhecimentos tradicionais, Belas (2013, p.196) destaca:

“[...] As IG podem colaborar com a repartição de benefícios no caso de grupos culturais com tradição de comercialização e/ou cuja produção tem sido ou podem vir a ser objeto de cópias e falsificações em atos de concorrência desleal.”

2.6 Proteção por IG e Marcas

As marcas e as indicações geográficas são dois importantes ativos da propriedade industrial e, durante muito tempo, a compreensão que se tinha era que seriam iguais. Em termos legais, são sinais distintivos e servem para diferenciar no mercado produtos ou serviços de seus idênticos ou similares.

Inicialmente, os nomes utilizados para distinguir um produto de outro eram o de uma cidade ou localidade geográfica. Os gregos e os romanos já diferenciavam seus produtos pela origem, como o bronze de Corinto, o mel do monte Himeto, os cavalos da região de Tessália na Grécia, e, os tecidos da cidade de Mileto, as ostras de Brindisi e o renomado mármore de Carrara na Itália. Nessa época, ainda não se utilizavam as marcas individuais para identificar o fabricante do produto (ALMEIDA, 2010).

Contudo, durante a Idade Média, pela necessidade de diferenciação de seus produtos, as corporações de ofício passaram a utilizar uma marca corporativa, assinalando e diferenciando os produtos de uma coletividade, indicando a origem, a excelência, a qualidade e a autenticidade dos seus produtos (SOARES, 1996, *apud* FARIA, 2011). Os sinais distintivos ganham então importância nas transações comerciais ao distinguir produtos de determinados fabricantes na Europa, permitindo aos consumidores identificar a procedência da mercadoria, bem como, proteger contra falsificações (RAMELLO, 2006).

Dentro do conceito legal, as marcas são sinais distintivos do comércio que servem para diferenciar no mercado produtos ou serviços de seus idênticos ou similares.

As marcas, como ativos da propriedade industrial tem um papel muito importante de identificar e diferenciar produtos ou serviços no mercado. Estes signos podem coexistir de forma pacífica com as indicações geográficas, ressaltando suas funções e particularidades existentes.

Este mecanismo de diferenciação que a marca proporciona, permite as empresas agruparem seus produtos ou serviços de forma a distingui-los dos concorrentes, bem como, serve de instrumento para consumidores realizarem suas escolhas, satisfazendo suas exigências (FERNANDEZ-NÓVOA, 2004).

É comum atribuir às marcas a função de indicação de origem empresarial. Porém, Ascensão (2002) diz que a partir do momento que admitimos a transferência de uma marca, independentemente do estabelecimento, esta função não existe mais, uma vez que a origem ou titularidade seria diferente e a marca continuaria mesma.

Outro ponto importante apontado pelo autor é se a marca dá garantia jurídica de qualidade. Neste aspecto, destaca que se a qualidade do produto ou serviço aumentar ou diminuir, só terá reflexos econômicos e não jurídicos. Portanto, a única função da marca é sua função distintiva. E é como sinal distintivo que as marcas são ativos valiosos para as empresas. Muitas vezes o valor da marca de uma empresa é o seu maior ativo.

As marcas não precisam seguir regulamento de uso ou terem sua delimitação geográfica comprovada, como no caso das indicações geográficas. Porém podem ser usadas em conjunto com uma IG, agregando valor e trazendo diferenças de posicionamento do produto no mercado.

Para fins de proteção, a legislação brasileira concede registros para as marcas de produto, serviço, coletivas e de certificação (Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996 /LPI).

As marcas de produtos ou serviços são usadas para distinguir um produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim (art.123, I, LPI). São de uso individual, ou seja, do titular da marca.

A marca de certificação é usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas (art.123, II, LPI), e é requerida por entidade que não deve guardar interesse comercial direto no produto ou serviço que certifica. Ou seja, quem usa a marca de certificação não pode ser membro ou associado ao titular, o que reforça a necessidade de distância entre certificado e certificador (BARBOSA, 2014).

Já a marca coletiva é aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (art.123, III, LPI). Quem pode requerer uma marca coletiva (MC) é uma entidade coletiva (associação, cooperativa, sindicato) mas quem pode usar são os cooperados e associados, membros da coletividade previstos no regulamento de utilização. Assim, é uma marca considerada coletiva quanto ao uso e não quanto à titularidade.

Dentro do direito marcário brasileiro, o sinal passível de registro de marca deve possuir caráter distintivo, sendo visualmente perceptível. No Brasil, diferentemente de outros países como Alemanha e Inglaterra por exemplo, as marcas olfativas ou sonoras não podem ser registradas.

E a legislação prevê proibições para a registrabilidade das marcas, sendo estabelecidas no art. 124 da LPI (incisos I ao XXIII) e tratam sobre a veracidade, liceidade, distintividade e disponibilidade relacionadas aos sinais distintivos.

Dentre as proibições legais, temos a que se vincula às indicações geográficas. O inciso IX do art 124 da LPI diz que não são registráveis como marca *a indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica*. Então, uma IP ou DO registrada no INPI passa a ser impeditiva para o registro de marcas que utilizem o nome geográfico protegido. O que é um forte mecanismo de proteção no mercado para as regiões que tenham IG ao impedir registros de marcas homônimas que induziriam o consumidor em erro.

Vale ressaltar que, ao longo da história, interligou-se o conceito de marca à IG. Muitos países, tais como Noruega, Suécia, Holanda e Estados Unidos protegem suas indicações de origem como marcas coletivas ou marcas de certificação. De acordo com Barbosa (2014), isto é possível, pois a principal legislação internacional que rege o tema, a Convenção da União de Paris (CUP, 1883), permite que cada país crie suas próprias regras de acordo com suas necessidades particulares. Adicionalmente, Peralta et al (2016) enfatizam que essa categorização mais geral tornou possível que os países optassem em proteger as IG seja pela reputação do produto ou serviço, seja pelas qualidades intrínsecas ao produto, ou, ainda, pelas duas últimas, como no caso do Brasil.

Na Europa, em países como Itália, Grécia e Espanha as marcas coletivas se denominam marcas de garantia. Em Portugal, a marca de certificação é uma modalidade de marca coletiva, denominando-a marca coletiva de certificação. Existe, portanto, uma entidade certificadora que controla o uso e as atribuições destes sinais distintivos, e o cumprimento das regras estabelecidas no regulamento (REGALADO e BARBOSA, 2013).

A legislação para um pedido de reconhecimento de IG no Brasil exige uma série de documentos como o regulamento de uso com regras e normas de controle do processo de produção, o instrumento oficial que delimita a área geográfica, bem como a documentação com a descrição das características dos produtos ou serviços que se devam exclusivamente ao meio geográfico (DO) e a comprovação da notoriedade (IP). E para as Marcas Coletivas, o

regulamento deve conter as condições de utilização da marca, os aspectos referentes ao produto ou serviço e as eventuais sanções aplicáveis no caso do uso inapropriado da marca. Os membros da coletividade devem estabelecer, portanto, as regras de utilização e se comprometer a cumprir os requisitos do regulamento.

O mais importante é que as marcas podem e devem ser usadas em conjunto com as indicações geográficas, sendo uma forma de diferenciação dos demais produtores ou prestadores de serviço, individualmente, ou de forma coletiva, determinando ainda mais sua origem.

Conforme Locatelli (2016) enfatiza, podem coexistir para o mesmo produto, o nome geográfico protegido com IP ou DO, uma marca de certificação atestando o cumprimento de normas ambientais internacionais, uma marca coletiva que indique que o produto foi produzido com ingredientes orgânicos, além da própria marca individual trazendo outros diferenciais em relação a outros produtos ou serviços similares.

E neste contexto, as indicações geográficas e as marcas podem servir como ferramentas para a valorização do produto ou serviço por meio das informações veiculadas sobre as características e as qualidades presentes nos bens. De acordo com Barbosa *et al* (2016), estes sinais podem conferir uma relação de confiança entre o produtor e consumidor e assim atribuir uma vantagem competitiva aos produtores, sendo um importante instrumento de diferenciação no mercado.

Porém, destacam que apesar destes sinais possuírem semelhanças no conceito geral, se configurando como sinais distintivos no comércio, os mesmos não possuem funções jurídicas iguais. Enquanto as marcas são usadas para diferenciar um produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim concorrentes no mercado, as IG distinguem um produto ou serviço veiculados à uma origem geográfica específica, sendo um sinal de uso coletivo por todos produtores inseridos dentro da região delimitada.

O Quadro 2 mostra um resumo comparativo entre marca de produto ou serviço e indicações geográficas:

Quadro 2: Comparação entre marca de produto ou serviço e indicação geográfica.

Gênero	Indicação Geográfica		Marca
Espécie	IP	DO	Marca de produto ou serviço
Função legalmente protegida	Indicar a origem do produto e/ou serviço que tenha uma determinada reputação.	Indicar a origem do produto e/ou serviço. Deve ter relação com fatores naturais e/ou humanos.	Diferenciar um produto e/ou serviço de outro semelhante ou afim.
Titular	Caráter coletivo, vinculado ao espaço geográfico.		Pessoa física ou jurídica (privada* ou pública) com atividade compatível efetiva e lícita.
Vinculação a um espaço geográfico	Sim		Não
Elementos de composição do sinal	A IG só pode ser constituída por um nome geográfico e/ou sua representação da localidade, segundo a Lei nº 9.279/1996.		Constituída por sinais distintivos visualmente perceptíveis, respeitadas as proibições legais elencadas no artigo 124, Lei nº 9.279/1996.
Transferência de titularidade: - Licença - Cessão	Não. As IG possuem caráter coletivo, são inalienáveis e indivisíveis, bem como não podem ser licenciadas.		Sim. Pode-se licenciar ou ceder tanto pedido de depósito ou o registro da marca.
Prazo de Proteção	Não há previsão legal. Condicional a enquanto as condições do regulamento de uso forem cumpridas.		10 anos, com renovação.
Forma de registro e espaço geográfico da proteção	Regra: INPI, validade nacional. Exceção: decreto ou lei, validade nacional.		INPI Validade nacional.
Regulamento de uso	Sim		Não
Gestão	Sim, pela entidade representativa legitimada.		Pelo titular.

Fonte: MOREIRA et. Al. (2015, p.9)

No que tange às IG, enquanto no Brasil é entendida como um direito privado, mas com um titular não muito claro (é um *gestor processual* e não titular da IG), na Europa é considerada um instrumento de direito público. Segundo Cerdan *et al* (2014), nos países europeus o que existe é uma licença/autorização para o uso do nome geográfico devendo o produtor ser submetido e aprovado pelas normas e regras de controle, que são geridos, em parte pelo poder público e em parte por um comitê interprofissional.

Nierdele (2014) enfatiza que a IG é um forte contraponto à homogeneização da produção e do consumo, principalmente por valorizar a diversidade e a singularidade de produtos, ressaltando os bens imateriais associados a eles como saber-fazer, tradição, costumes, práticas de produção.

Independente das similaridades e diferenças entre as marcas e indicações geográficas, estes sinais distintivos do comércio têm grande importância nas práticas de consumo, diminuindo os custos de busca e as assimetrias nas informações nas trocas mercadológicas (RAMELLO, 2006).

O capítulo seguinte aborda a estruturação do sistema de origem na França, com os registros AOC, AOP e IGP para os produtos agrícolas e IG para os não agrícolas, apresentando a legislação, as instituições, os procedimentos e etapas envolvidas para a obtenção destes registros.

3. ESTRUTURAÇÃO DA AOC/AOP/IGP E IG NA FRANÇA

3.1 Histórico e legislação

Foi para lutar contra a fraude e contrafação que se construiu progressivamente o conceito de apelação de origem na França. O primeiro registro oficial de proteção a uma região geográfica na França foi em 1411, concedido pelo rei Charles VI através da assinatura da carta régia outorgando o monopólio da fabricação do queijo para o povo de Roquefort-sur-Soulzon. Não se estabelecia o controle da produção ou descrição das especificações e dos métodos utilizados, mas sim uma proteção do nome da região autorizada a fabricar o queijo Roquefort. Mas em 1666 a França cria o primeiro texto jurídico exclusivo para a proteção deste renomado queijo (MARIE-VIVIEN, 2010).

Como marco histórico para a proteção dos nomes de origem na França, a autora traz o período relativo ao final do século XIX, em 1905¹³, onde após uma crise no setor vitivinícola europeu, causado pela praga *Phylloxera*, o governo francês cria uma lei específica de combate às falsificações e às crescentes fraudes nas vendas de gêneros alimentícios e produtos agrícolas. Essa legislação é revisada em 1908¹⁴, passando a incorporar a delimitação da área de produção, garantindo aos produtores a concessão do título de *Appellation de Provenance* ou *Denominação de Proveniência*, na tradução em português. O próprio governo se responsabilizava em realizar a identificação dos produtores e a delimitação das áreas de produção, tendo como base os chamados usos “locais, leais e constantes”.

Os usos locais se referiam às regras de produção estabelecidas pelos produtores de forma cotidiana na área geográfica delimitada; os usos leais quando não estavam associados a fraudes, enganos e dissimulações; e constantes, se os produtos mantivessem certa regularidade ao longo de gerações. Conforme Marie-Viven (2010, p.161), exemplos como Champagne, em 1908, e o Cognac, em 1909, são registros de grande importância e mantidos até hoje graças a essa legislação.

Em 1919, como havia muitos conflitos e desentendimentos entre os produtores e a administração, foi implementada uma nova legislação sobre a proteção da *Appellation d'Origine* (AO) ou “Apelação (Denominação) de Origem”, em português. Os produtores podiam identificar livremente seus produtos como uma AO, independente de qualquer

¹³ Lei nº 210 de 1º de agosto de 1905 revista em 1908 garantindo o uso de *Appellation de Provenance*.

¹⁴ Lei de 5 de agosto de 1908 publicada no Jornal Oficial 11 agosto 1908, p.5637-5638

delimitação oficial, desde que outros produtores não se sentissem prejudicados com o uso. A autora enfatiza que os tribunais e órgãos do Estado, eram responsáveis por delimitar as áreas de produção e os métodos de fabricação considerados. No caso de conflito caberia aos tribunais civis a decisão final quanto ao uso do nome geográfico. E por não limitar os registros exclusivamente aos produtos agroalimentares, esse sistema possibilitou a concessão de proteção para produtos de artesanato também, como por exemplo a Potterie de Vallauris (1930), Dentelle du Puy (1931) e Emaux de Limoges (1946).

Como os tribunais não tinham conhecimento técnico e com o objetivo de dar maior embasamento às suas decisões, em 1935, através de uma nova lei¹⁵ foi criado o Comitê Nacional das Apelações de Origem (CNAO), para regular a concessão de apelações de origem exclusivamente para vinhos e outras bebidas alcólicas. Este comitê era responsável pela definição das condições de produção do produto e pelo seu controle, considerados essenciais para evitar a má qualidade (MARIE VIVIEN *et al*, 2015). Surge então o conceito de Apelação de Origem Controlada (AOC).

Em 1947 o Comitê Nacional de Apelação de Origem para vinhos e bebidas espirituosas deu origem ao Instituto Nacional das Apelações de Origem (INAO), com o papel de implementar o sistema de Apelação de Origem Controlada (AOC), ainda somente para vinhos e aguardentes.

Este sistema de proteção francês influenciou legislações internacionais, sobretudo a partir da década de 1950, onde foi firmado o Acordo de Lisboa (1958), que concedeu aos nomes geográficos uma proteção especial e destacou a *denominação de origem (apelação de origem*, na França), como figura autônoma do direito industrial (BELAS, 2012). É neste acordo que se reconhece, para a DO, a estreita ligação entre os atributos de qualidade do produto e as especificidades da sua região de origem, cuja qualidade e características devem-se, essencialmente, ao ambiente geográfico, incluindo-se fatores naturais e humanos.

Vale ressaltar que, na França, até 1990, conviveram os dois tipos de proteção: as Apelações de Origem (AO), concedidas por meio de decisões judiciais, e as Apelações de Origem Controladas (AOC), concedidas por meio de procedimentos administrativos junto a comitês especializados pelo INAO (MARIE-VIVEN, 2010). Conforme a autora, somente em 1990 eliminou-se a possibilidade de concessão por AO, via judicial, bem como, ampliou-se a proteção por AOC a todos os tipos de produtos agrícolas, extrativos e alimentares em geral,

¹⁵ Decreto-lei de 30 de julho de 1935 relativo a defesa do mercado do vinho e do regime econômico do álcool. Publicado no Jornal Oficial em 31 de julho de 1935.

analisados por três comitês específicos dentro do INAO: vinhos e aguardentes; produtos lácteos e outros produtos agroalimentares.

Muitos países europeus, motivados pela experiência francesa, constituíram unilateralmente regulamentos protegendo suas IG(s), o que levou à restrições a entrada de produtos de outros Estados Membros (LOCATELLI, 2008). Foi então que, com objetivo de harmonizar as legislações e diminuir a disparidade das regulamentações, em 1992, a Comunidade Européia adota o regulamento (CEE) Nº 2.081/92 e estabelece o sistema de registro das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios.

Não se aplicou esse novo regulamento aos vinhos e bebidas espirituosas e cada país regulamentava a partir de leis nacionais. Segundo Bruch (2011), somente em 2008, foram estabelecidas regras específicas sobre o registro de indicações geográficas para vinhos e bebidas espirituosas na União Européia, sendo elaborados o Regulamento CE n° 479/2008 de 29 de abril de 2008 para o mercado vitivinícola e o Regulamento CE n° 110/2008, relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e a proteção das indicações geográficas das bebidas espirituosas. Vale ressaltar que no caso dos vinhos, o INAO concede registro AOC enquanto para as bebidas espirituosas de IG.

No ano seguinte, uma nova regulamentação para o vinho, a CE n° 491/2009 de 25 de maio de 2009 revoga a anterior. Finalmente, com o regulamento CE n° 1.308 de 17 de dezembro de 2013 estabelecem uma organização comum dos mercados agrícolas, apresentando dentre seus artigos, definições específicas para o segmento de vinho¹⁶.

Desta forma, até 1992, a França por meio do Instituto Nacional da Denominação, *Appellation* em francês, de Origem, o INAO, só concedia AOC. Com a implementação do sistema europeu para proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, os Estados Membros tiveram que passar a adotar o registro europeu de proteção por meio das Denominações de Origem Protegidas (DOP) e Indicação Geográfica Protegidas (IGP). A França então a partir de 1992 passa adotar o sistema europeu para todos os produtos agroalimentares, exceto para os produtos de vitivinícola, que permaneceram com o sistema francês AOC até 2009¹⁷.

¹⁶ No art.93, a DOP e a IGP devem cumprir requisitos específicos, sendo estabelecido, por exemplo, que na DOP, as uvas são exclusivamente da região demarcada, enquanto na IGP pelo menos 85% provêm da zona geográfica.

¹⁷ Regulamento n° 491/2009 de 25 de maio de 2009 que estabelece uma organização comum dos mercados agrícolas e disposições específicas para certos produtos agrícolas. Estabeleceu, por exemplo, que vinhos com registros DOP ou IGP, devem indicar, obrigatoriamente, nos rótulos os termos “denominação de origem

Como visto no capítulo anterior, o regulamento europeu de 1992 foi alterado duas vezes, em 2006 (Regulamento CE nº 509 e nº 510/2006) e em 2012 (Regulamento UE nº 1151/2012 do Parlamento Europeu). São realizadas algumas alterações mas com relação às designações de origem mantêm-se o mesmo eixo: a Denominação de Origem Protegida (DOP), que se assemelha muito à Apelação de Origem e foi diretamente influenciado pelo conceito francês e a Indicação Geográfica Protegida (IGP), que estabelece uma ligação mais fraca com a origem geográfica. Os principais acontecimentos históricos para a proteção aos nomes de origem na França e na CE estão resumidos na Figura 3 abaixo:

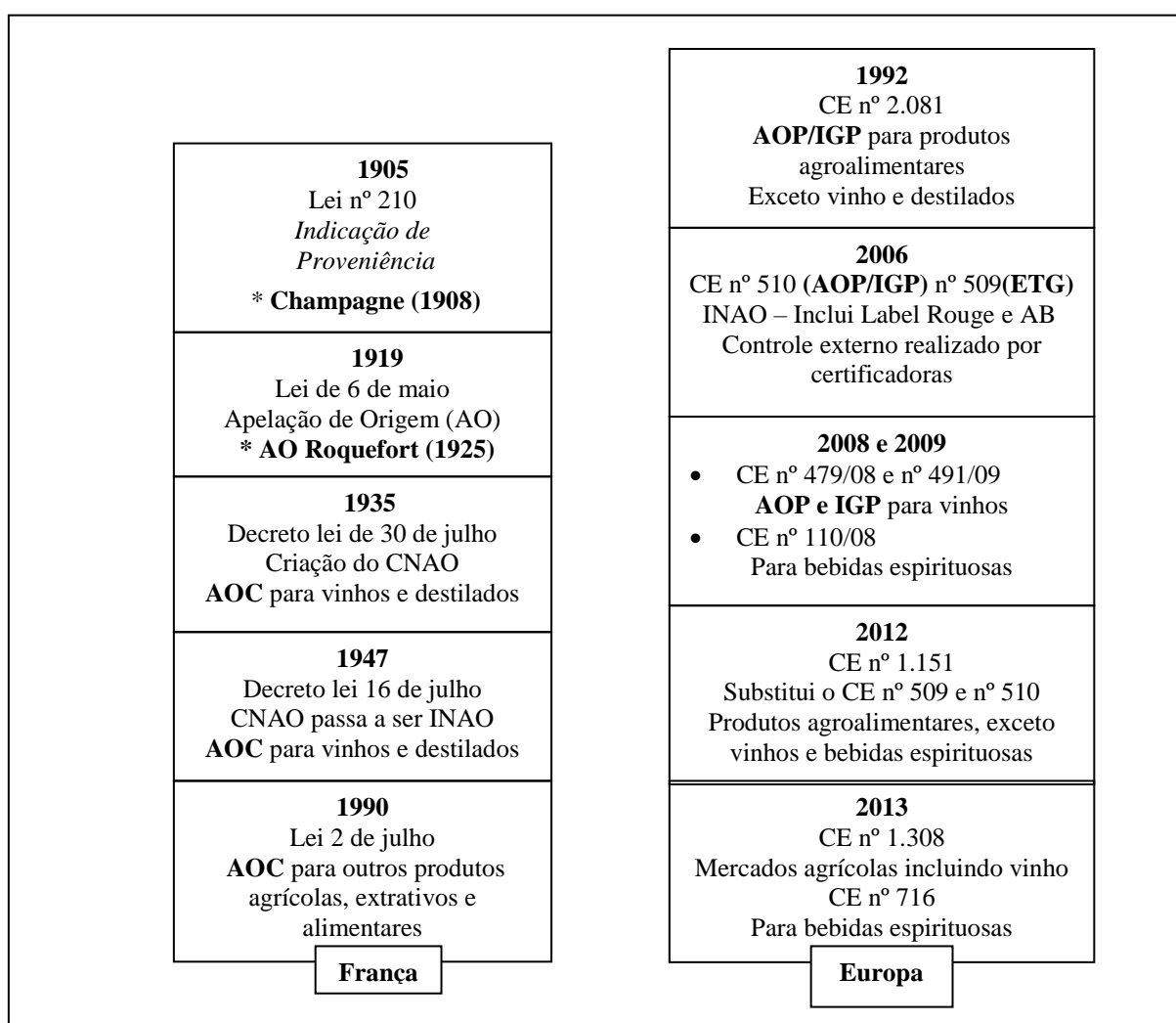


Figura 3: Fluxograma sobre a proteção de nome de origem na França e CE
Fonte: Elaboração própria (2018)

protegida” ou “indicação geográfica protegida” (art 118º -Y). Já o uso dos selos de origem DOP e IGP é facultativo (art 118º-Z).

3.2 Instituições e procedimentos na França e CE

Na França, a instituição responsável em aplicar a política dos signos de identificação de qualidade e de origem para produtos agrícolas, agroalimentares, florestais e do mar é o Instituto Nacional da Origem e da Qualidade (INAO). É um órgão público submetido ao Ministério da Agricultura, Agroalimentar e Florestal, encarregado dos seguintes signos:

- Denominação de Origem Controlada [*Appellation d'origine Contrôlée* (AOC)], que garante a proteção à nível nacional. Atualmente, somente utilizada para os vinhos e produtos florestais.
- Denominação de Origem Protegida [*Appellation d'Origine Protégée* (AOP)], Indicação Geográfica Protegida [(*Indication Géographique Protégée*) (IGP)] e a Especialidade Tradicional Garantida [(*Spécialité Traditionnelle Garantie*) (STG)] que garantem a proteção a nível europeu e que seguem os regulamentos da União Européia. Na França para a obtenção do registro de AOP, IGP ou ETG pela União Européia, é preciso passar primeiro pela etapa do reconhecimento pelo INAO.
- Label Rouge (LR), que é um símbolo de qualidade francesa que atesta um nível de qualidade superior. Não está relacionada à origem geográfica.
- Agricultura Biológica [(*Agriculture Biologique*) (AB)], refere-se a um modo de produção agrícola que exclui o uso de agrotóxicos, produtos sintéticos e Organismos Geneticamente Modificados (OGM).

Com a regulamentação europeia estabelecida em 1992, o signo AOP substituiu o AOC para os produtos agroalimentares, com exceção dos vinhos e destilados, que continuaram com o uso de AOC. Marie-Vivien *et al* (2015) ressaltam que somente em 2009 a regulamentação foi estendida aos vinhos e destilados, que passaram então a adotar os signos AOP e IGP. E desde 1º de janeiro de 2012, uma vez registrada ao nível europeu, os produtos devem obrigatoriamente mostrar os signos AOP (DOP), IGP ou ETG, com exceção dos vinhos que ainda podem utilizar o signo francês AOC.

O conceito de AOC da França influenciou fortemente as legislações internacionais, como a definição de Denominação de Origem (DO) do Acordo de Lisboa (1958) e as DOP (AOP)

do sistema europeu de proteção em 1992, onde a *qualidade* ou *características devem-se principalmente ou exclusivamente ao meio geográfico* considerando a influência dos fatores naturais e humanos. É a noção de *terroir*¹⁸ que baseia o conceito das denominações de origem.

Para um pedido AOC, conforme resume Brabett e Pallet (2005) os produtores organizados em associações ou sindicatos, elaboram um caderno de especificações e encaminham a demanda para o INAO. Esse dossiê é então encaminhado ao comitê de especialistas para análise e após aprovação do mesmo, elabora um projeto de decreto com a delimitação da zona de produção, descrição das qualidades ou características do produto, bem como, o sistema de controle do processo de produção. O projeto de decreto é então encaminhado ao Ministério da Agricultura que realiza o reconhecimento oficial da AOC.

Com a adoção do sistema europeu, as solicitações de registro AOP, IGP e ETG são regulamentadas e examinadas pela Comunidade Européia. Porém, na França, para a obtenção destes registros europeus é preciso passar primeiro pela etapa nacional de reconhecimento pelo INAO.

Com relação aos selos Label Rouge e Agricultura Biológica (AB), estes são signos de qualidade cuja notoriedade independe da origem geográfica. Estes selos de qualidade do setor agrícola são concedidos pelo INAO desde 2006, quando o instituto assumiu a administração destes signos de qualidade, passando a denominar-se Instituto Nacional da Origem e da Qualidade, não alterando, porém, sua sigla inicial. Os signos concedidos pela instituição estão representados na Figura 4.



Figura 4: Signos de origem e qualidade do INAO
Fonte: INAO (2018)

¹⁸*Terroir* é uma área geográfica específica onde a originalidade de sua produção deriva diretamente das especificidades de sua área de produção, incluindo não só fatores naturais (físicos e biológicos) mas também humanos, com o *know how* coletivo construído pela comunidade humana ao longo de sua história. Definição disponível no site do INAO: < <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-controlée> > Acesso em: Mar.2018.

Dentre os signos de qualidade encontramos o Label Rouge e da Agricultura Biológica (Orgânica). O Label Rouge visa atestar produtos com nível de qualidade superior e está aberto a todos os produtos, independentemente da sua origem geográfica, incluindo fora da União Europeia. Conforme procedimentos estabelecidos e validados pelo INAO, em todos os estágios de produção, o produto Label Rouge deve atender aos requisitos definidos em uma especificação e o controle de conformidade e rastreabilidade assegurada por um organismo de certificação independente, com base em um plano de controle validado pela instituição (INAO, 2018).

Um outro ponto importante estabelecido pelo instituto, é que um produto Label Rouge, por não ter um vínculo estreito com a origem, pode beneficiar-se simultaneamente de uma Indicação Geográfica Protegida (IGP) ou de uma Especialidade Tradicional Garantida (ETG), mas não de uma AOC/AOP. Um exemplo é o sal de Guérande que possui os selos de qualidade Label Rouge e o de Indicação Geográfica Protegida (DOOR, 2018).

Quanto ao selo de qualidade da Agricultura Biológica (AB), sua finalidade é atestar produtos que seguem normas ambientais, não usam insumos químicos e não são geneticamente modificados (OGM). Pelas regras estabelecidas pelo INAO, ao longo da cadeia, os operadores envolvidos em produção e processamento orgânicos cumprem especificações rigorosas que favorecem processos não poluentes que respeitem o ecossistema e os animais. Em suma, como destacado pelo INAO (2018), o selo de qualidade AB é um sistema de gestão sustentável para a agricultura, uma grande variedade de produtos agrícolas e alimentares de qualidade, uma fonte de inovações para a agricultura, em uma abordagem agroecológica.

Procedimentos para registro AOC, AOP e IGP (INAO e CE)

A Comissão Europeia é responsável pelos registros europeus de origem na CE e o INAO pelo reconhecimento à nível nacional, na França. Conforme destacado no Guia do Requerente de uma AOP ou IGP para produtos agroalimentares e produtos do mar do INAO¹⁹, as definições de AOP e IGP seguem a regulamentação europeia CE nº 1.151/2012, que estabelece as particularidades de cada um destes signos de origem. Pelo regulamento, enquanto na AOP há uma ligação estreita entre as especificidades do produto e o meio geográfico, e, todas as etapas de produção devem acontecer na área geográfica delimitada, na

¹⁹ Guia do Requerente de AOP ou IGP para produtos agroalimentares, com exceção dos vinhos, bebidas alcoólicas e bebidas espirituosas no INAO: Disponível em: < <https://www.inao.gouv.fr/Espace-professionnel-et-outils/Produire-sous-signes-de-qualite-comment-faire/Guides-pratiques> > Acesso em: abr.2018.

IGP esta ligação do produto com a origem geográfica é um pouco mais tênue, sendo suficiente que ao menos uma das etapas de produção ocorra na área demarcada. No produto com IGP, a ênfase está no vínculo entre sua reputação e a origem geográfica, e, já para AOP, está na qualidade e na tipicidade, na qual se estabelece o conceito de *terroir*.

O INAO segue então o procedimento europeu de proteção dos nomes de origem de produtos agroalimentares, incluindo os vinhos e bebidas espirituosas, por meio dos registros AOC/AOP e IGP, bem como, de ETG para as receitas e modos de preparo de alimentos tradicionais.

Na França, conforme estabelecido pelo Código Rural e da Pesca Marítima (CRPM)²⁰ são previstas as regras para o reconhecimento dos signos de qualidade e origem (SIQO) concedidos pelo INAO. O título IV inserido no 6º livro (*Produção e Mercados*) do código rural trata sobre a valorização dos produtos agrícolas, florestais ou alimentares e dos produtos do mar. Logo no primeiro capítulo são apresentados os SIQO passíveis de proteção pelo instituto: Label Rouge, AOC/AOP, IGP, ETG e Agricultura Biológica/AB. Em seguida, trata do papel e funcionamento do INAO, as regras gerais para o reconhecimento e controle dos signos de identificação da qualidade e origem. É neste capítulo que se estabelece a obrigatoriedade da constituição de um Organismo de Defesa e Gestão (ODG) pelos produtores requerentes de um signo de origem ou qualidade no INAO. Esses organismos são definidos como um grupo de profissionais envolvidos na produção, processamento ou preparação de um produto com signo de qualidade e origem e que tem o papel de proteger e gerir o produto. Os ODG podem incluir toda a cadeia produtiva (*filière*), incluindo produtor, transformador e distribuidor.

Com relação à missão da instituição, o código estabelece em seu artigo L.642-5 que o INAO deve, principalmente:

- 1º) Propor o reconhecimento de produtos suscetíveis de se beneficiar de um signo de identificação de qualidade e de origem, assim como, a revisão de seus cadernos de especificações;
- 2º) Reconhecer os organismos de defesa e gestão (ODG) dos produtos beneficiados de um signo de identificação da qualidade e origem;
- 3º) Definir os princípios gerais de controle e aprovar os planos de controle ou inspeção;
- 4º) Publicar os organismos de inspeção aprovados e garantir sua avaliação;

²⁰ O Código Rural e da Pesca Marítima é um código jurídico francês que faz parte de um conjunto de códigos especializados. Seu primeiro formato como Código Rural foi publicado durante a terceira república francesa (1870-1940) sendo modificado ao longo dos anos. O código em vigor, elaborado por etapas a partir de 1980, se transformou em Código Rural e da Pesca Marítima em 2010.

5º) Controlar o respeito ao caderno de especificação e, quando apropriado, aplicar sanções aos infratores;

6º) Contribuir na defesa e na promoção dos signos de identificação da qualidade e origem, tanto na França quanto no estrangeiro.

No que diz respeito à estruturação da instituição, é previsto uma comissão permanente que define as prioridades estratégicas e o orçamento, cinco comitês nacionais especializados e um conselho de acordos e controle. Os cinco comitês nacionais são:

1. Comitê Nacional das Apelações de Origem relativas aos vinhos, bebidas espirituosas e alcoólicas.
2. Comitê Nacional das AOC/AOP de laticínios, agroalimentares e produtos florestais;
3. Comitê Nacional das Indicações Geográficas Protegidas (IGP), Label Rouge e Especialidades Tradicionais garantidas (STG)
4. Comitê Nacional das Indicações Geográficas Protegidas (IGP) relativas aos vinhos e cidras.
5. Comitê Nacional da Agricultura Biológica (AB).

De acordo com o Guia do requerente de AOC/AOP, IGP e ETG do INAO (2018), o presidente e os membros desses comitês nacionais são nomeados por decreto ministerial por um período de cinco anos, com a função de aprovar as especificações e suas modificações, definindo as condições para proteção de um signo de origem, os aspectos a serem verificados e os métodos de avaliação a serem utilizados. Estes dispositivos de controle são analisados e aprovados pelo conselho de acordos e controle.

- **Organismo de Defesa e Gestão (ODG)**

O reconhecimento como ODG é realizado pelo INAO, e os produtores devem apresentar documentação legal de constituição de uma associação ou sindicato, bem como, informar o número atual de produtores ou potenciais integrantes da organização, estimando o volume produzido ou a ser produzido pela ODG. Não há nenhum tipo de exigência quanto ao tamanho do grupo inicial, porém, o objetivo principal do instituto é de verificar se os produtores irão ter condições de assumir as despesas, os controles e respeitar o caderno de especificações. Por isso, nos pedidos de reconhecimento de um signo de origem ou qualidade apresentados ao instituto, o grupo de produtores deve descrever sua cadeia produtiva, seus

integrantes e localização geográfica, o volume produzido, os circuitos de comercialização do produto, preço de venda estimado, as formas de apresentação e acondicionamento do produto.

Para cada produto beneficiado de um signo de identificação de qualidade e origem, o organismo deve garantir a defesa e a gestão, sendo sua missão estabelecida no artigo L642-22 Código Rural:

- Elaborar o projeto do *cahier des charges* (caderno de especificações), contribuir para sua execução pelos operadores e participar na execução dos planos de controle e inspeção, especialmente por meio da realização dos controles internos junto aos operadores;
- Manter atualizada a lista de operadores, transmitidas periodicamente ao organismo de controle e ao INAO;
- Participar da defesa e proteção do nome, do produto e do *terroir*, na valorização do produto e no conhecimento estatístico do setor;
- Implementar as decisões do Comitê Nacional que lhe dizem respeito

Um ponto importante destacado no código é que, cada ODG é responsável pela gestão de um único produto (artigo L.642-17). A decisão de reconhecimento da ODG é de responsabilidade do diretor do INAO, com base em parecer do comitê nacional competente, sendo publicada no site da instituição.

- **Caderno de Especificações ou *Cahier des Charges* (CC)**

No Código Rural são estabelecidas as regras para elaboração do caderno de especificações (*Cahier des Charges/ CC*) que terá a mesma apresentação, tanto à nível nacional, no INAO, quanto europeu, na Comissão Européia, para o reconhecimento como AOP, IGP ou ETG . O CC pode ser eventualmente modificado pela CE, que fixará então as alterações necessárias.

Conforme determinado pelo INAO, o caderno de especificações elaborado pelos produtores organizados em ODG, devem conter dados iniciais contendo o nome do grupo requerente, do produto e do tipo de produto, seguindo a classificação europeia. Em seguida, apresentar uma descrição detalhada do produto, compreendendo as principais características organolépticas (forma, cor, aroma, sabor, textura, ...), físico-químicas (dimensões, teor de gordura, açúcar, ...) ou microbiológicas do produto, bem como, do método de obtenção, com a descrição das técnicas de produção. A terceira parte do documento deve conter a delimitação

da área geográfica que deve ser precisa, listando os departamentos (parte ou todo), as comunas ou partes delas, e mostrando os elementos que justificam o vínculo com a área geográfica, incluindo fatores naturais e humanos, bem como, os referenciais históricos. A parte seguinte à delimitação é a apresentação de um plano de controle que deverá ser aprovado pelo INAO. Os métodos de avaliação devem ser indicados de forma resumida: controle documental, visual, análises, medições, dentre outros. Vale ressaltar que a fiscalização e controles que serão realizados pelos organismos de controle são baseados no conteúdo do CC, nas especificações e área geográfica que estão delimitadas no documento.

- **Delimitação da área geográfica**

De acordo com procedimento do INAO²¹, a proposta apresentada pela ODG da delimitação da área geográfica deve ser bem argumentada, especificando os departamentos e comunas onde as etapas de produção são realizadas, bem como, incluir um mapa destacando os limites geográficos demarcados. Esse projeto de delimitação então encaminhado ao INAO e seguirá o trâmite interno previsto.

Se for um pedido AOP, a instituição convoca um grupo de especialistas independentes (geógrafo, historiadores, profissionais de universidades e instituições de pesquisa por exemplo), nomeados pelo comitê nacional competente, para realizar a delimitação geográfica. No caso das AOP, os especialistas devem definir critérios objetivos de delimitação, sendo baseados em fatores naturais e humanos, derivados de sua ligação com o meio geográfico. Somente depois do trabalho realizado pelos especialistas e Comissão de Pesquisa, em colaboração com o Organismo de Defesa e Gestão, seguido da fase de consulta pública do projeto de delimitação da área geográfica, que a demarcação definitiva para a AOP é proposta ao Comitê Nacional competente.

Com relação às IGP, é a Comissão de Pesquisa que analisa a proposta inicial da ODG e, após o exame, pode propor ao Comitê Nacional a aprovação da proposta de delimitação apresentada pelo grupo requerente, ou convocar consultores e especialistas, para realizar o trabalho de definição da área geográfica e seguir um procedimento similar a AOP.

- **Sistema de Controle (L.642-28 a L.642-33)**

O sistema de controle dos produtos com signos de qualidade e origem previsto no código rural francês apresenta os Organismos de Inspeção para as AOC/AOP, exclusivo para

²¹ Guia do Requerente de AOP ou IGP do INAO (2017). Disponível em: <www.inao.gouv.fr>. Acesso em abr.2018.

produtos vitivinícolas, e, os Organismos de Certificação para os signos AOC/AOP, IGP,ETG e Label Rouge abrangendo os demais produtos agroalimentares (art. L.642-28).

É estabelecido no código rural que o INAO é responsável por supervisionar o sistema de controle para todos os sinais oficiais de qualidade e origem. Deve aprovar e avaliar periodicamente os organismos independentes responsáveis pela verificação do cumprimento das especificações. Estes organismos irão executar o plano de controle, devendo ser acreditados pelo Comitê Francês de Acreditação (COFRAC). Para cada produto com um sinal de origem, um plano de controle deve ser submetido e validado pelo INAO. Os organismos de controle externo podem ser de dois tipos:

a) Organismos Certificadores (OC) acreditados conforme a norma NF EN ISO/CEI 17.065, que certifica o cumprimento do conteúdo dos cadernos de especificações, e caso necessário, sanciona os que não cumprem;

b) Organismos de Inspeção (OI), acreditados segundo a norma NF EN ISO/CEI/17020, que examina a conformidade dos produtos com o caderno de especificações e transmite os resultados ao INAO, que decide as possíveis sanções. Desde 2013, os Organismos de Inspeção não podem controlar todos os produtos, somente os produtos vitivinícolas.

A Figura 5 abaixo sintetiza o sistema de controle externo dos signos de origem e qualidade sob a supervisão do INAO:

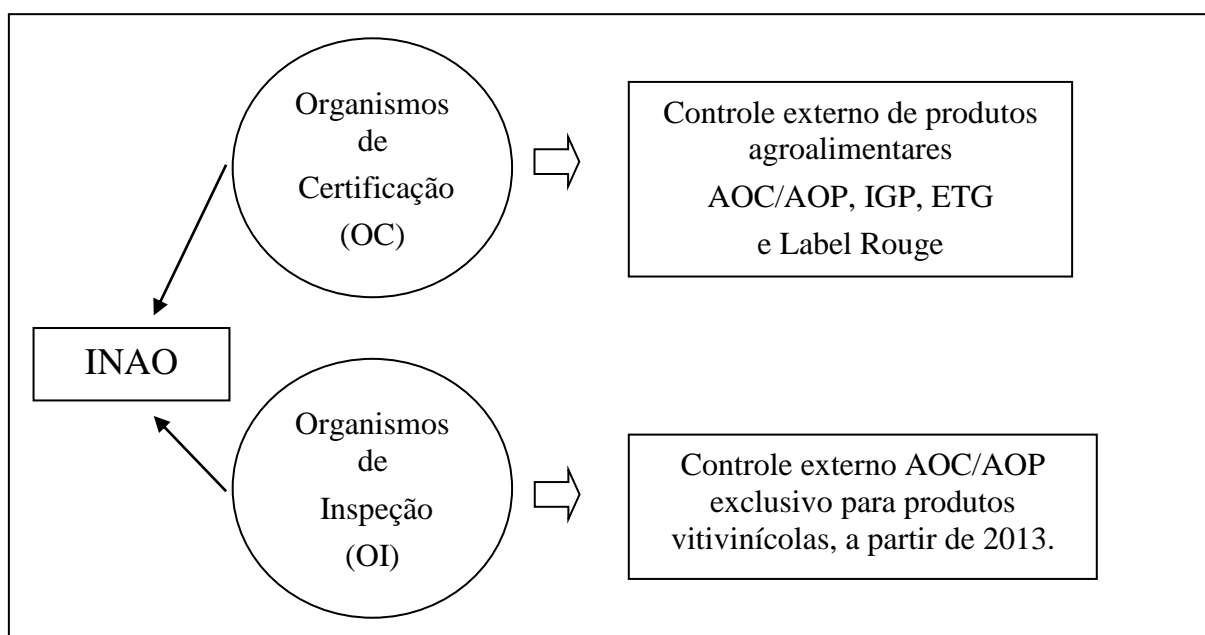


Figura 5: Organismos de controle AOC/AOP, IGP, ETG e Label Rouge
Fonte: Elaboração própria (2018)

Segundo Marie-Vivien *et al* (2015) a regulamentação europeia de 2006 para os signos de origem (CE nº 510/2006) modificou de forma significativa o papel do INAO no sistema de controle das apelações de origem, expandindo também às AOPs o controle pelos organismos de certificação. Antes de 2006, o plano de controle das apelações de origem era conduzido pelo INAO, que poderia delegar todo ou parte do processo de aprovação para uma instituição autorizada. As decisões de eventuais sanções estavam sob a responsabilidade do INAO.

Os autores destacam que, a partir de 2006, introduziram os organismos de certificação no sistema de controle dos signos AOP, IGP, ETG e Label Rouge. Estes organismos privados de terceira parte elaboram o plano de controle do caderno de especificações em colaboração com as organizações de produtores, submetendo à aprovação do INAO. O plano de controle deve estabelecer os elementos e a frequência de controle, descrever as medidas de autocontrole realizados pelos produtores e os controles internos realizados sob a responsabilidade das ODG, assim como, as medidas de controle externo a ser realizado pelo organismo certificador. Para as AOP devem determinar como serão realizados os exames organolépticos e definir as instituições ou laboratórios responsáveis.

O art. L.642-27 do código estabelece que a parte referente aos exames organolépticos são delegados a uma comissão composta de profissionais e especialistas, em condições que garanta um exame independente e imparcial dos produtos. Ressalta que todos os custos referentes aos controles realizados pelos organismos certificadores ou de inspeção deverão ser arcados pelos produtores e operadores integrantes da ODG.

Segundo regulamentação do INAO publicada no guia do requerente, é função do organismo certificador decidir sobre a concessão, manutenção ou até mesmo suspensão da certificação, determinando inclusive as sanções cabíveis. Caso decida pela suspensão ou retirada da certificação, os OC informam ao INAO a decisão que tenha por efeito a perda do direito de AOP ou IGP. Além do controle externo realizado pelas certificadoras, há o controle interno sob a responsabilidade das ODG que podem aplicar medidas corretivas informando em seguida aos organismos de certificação, assim como, o autocontrole realizado pelos próprios produtores que devem registrar suas práticas, assegurar a rastreabilidade e o respeito ao caderno de especificações.

- **Passo-a-passo no INAO e CE**

O pedido de uma AOP ou IGP no INAO deve ser feito obrigatoriamente pelos Organismos de Defesa e Gestão (ODG) que reúnem um conjunto de produtores e operadores dentro da sua cadeia produtiva (*filière*), sendo os interlocutores oficiais junto ao instituto. O INAO faz então uma pré-análise da demanda e caso aprovada, designa uma Comissão de Pesquisa, composta por profissionais e membros do Comitê Nacional competente. O processo então se inicia e a partir daí, especialistas e técnicos irão acompanhar todas as etapas com os produtores, incluindo a delimitação geográfica, a redação do caderno de especificações e de um plano de controle.


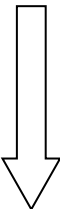
Antes da decisão final pelo INAO, é aberto um período de oposição de 2 meses, para que interessados possam se manifestar. Em seguida é feito o exame e aprovação do CC e plano de controle pela instituição, que redige o decreto e encaminha aos ministérios sob tutela e para assinatura e publicação oficial. Somente após a homologação nacional, o registro é transmitido para a Comissão Europeia, que então avalia o pedido, abre período de oposição e após exame concede ou não o registro AOP/IGP.



No caso de uma apelação de origem a homologação nacional é pelo signo AOC e posteriormente AOP na CE. No caso de uma IGP, o INAO estabelece uma proteção nacional transitória, sendo encaminhado posteriormente para reconhecimento como registro europeu.

Não se tem uma estatística do tempo gasto, mas de acordo com Richez-Lerouge (2017) este procedimento é longo, levando muitas vezes de 5 a 10 anos para se obter um registro AOC.

A descrição detalhada das principais etapas do INAO são apresentadas a seguir no Quadro 3:

Quadro 3: Procedimento no INAO para pedidos AOP e IGP de produtos agroalimentares, com exceção dos vinhos e bebidas espirituosas.

Etapas do INAO	Descrição
<p>Dossiê do pedido ----- Site do INAO (Depósito do pedido)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Um trabalho de acompanhamento do requerente é realizado pelo site INAO no depósito e durante o todo o período de instrução do dossiê. A instrução começa após o recebimento do dossiê completo do requerente.
<p>Apresentação à Comissão Permanente</p>  <p>Nomeação de uma Comissão de Pesquisa</p>	<ul style="list-style-type: none"> A Comissão Permanente examina a conveniência do pedido. Pode decidir iniciar o pedido e, se necessário, solicitar informações adicionais ao grupo, ou mesmo recusar o pedido. Caso aceite, a Comissão Permanente designa uma Comissão de Pesquisa e aprova sua missão
<p>Comissão de Pesquisa (Análises, orientações) Inclui proposições de consultores e especialistas</p>  <p>Comitê Nacional Pareceres e orientações</p>	<ul style="list-style-type: none"> A Comissão de Pesquisa, composta por membros do Comitê Nacional como profissionais independentes sem vínculo com a região ou pessoas qualificadas, toma conhecimento do dossiê apresentado e das análises do INAO, e examina todos os aspectos do projeto e sua evolução, incluindo o pedido de reconhecimento em ODG. Os membros da comissão de pesquisa podem eventualmente ir no local para encontrar os requerentes, bem como, os eventuais opositores. Reportam ao Comitê Nacional, por meio de relatórios, a fim de obter opinião sobre pontos particulares do pedido, bem como, de orientações do trabalho. A Comissão de Pesquisa, se necessário, sob assessoria de consultores nomeados pelo Comitê Nacional, examina os elementos de ligação com a área geográfica e propõe os princípios da delimitação. O Comitê Nacional então decide se continua (ou não) o pedido e nomeia "especialistas da delimitação" encarregados de definir os critérios de delimitação e propor um projeto de área geográfica a partir destes critérios. Os especialistas trabalham sob o apoio da Comissão de Pesquisa e junto com grupo requerente. O projeto da área geográfica resultante deste trabalho é aprovado pelo Comitê Nacional e depois colocado em consulta pública por 2 meses. Os especialistas examinam as reclamações recebidas durante a consulta pública e propõe um projeto de área geográfica definitivo, que é submetido ao Comitê Nacional para aprovação.

Etapas do INAO (continuação)	Descrição (continuação)
<p style="text-align: center;">Comitê Nacional</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Decisão sobre o caderno de especificações e implementação do Procedimento Nacional de Oposição (PNO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quando a Comissão de Pesquisa concluir o trabalho solicita ao Comitê Nacional que examine o caderno de especificações. Nesta fase, é necessário ter o projeto de plano de controle aprovado. • Se o Comitê Nacional considerar que o pedido atende as condições exigidas, decide sobre a implementação de um procedimento nacional de oposição (PNO) e, caso não haja oposição, aprova o caderno de especificações. • A PNO visa chamar a atenção de todos sobre o projeto de reconhecimento de uma nova AOC ou IGP ou de uma AOP ou IGP e os projetos dos cadernos de especificações correspondentes. • É aberto um período de 2 meses para oposição publicado no Jornal Oficial da República Francesa (JORF). Qualquer pessoa interessada pode apresentar oposição ao INAO. • O Comitê Nacional examina a oposição, se houver, e aprova a versão final do caderno de especificações.
<p style="text-align: center;">INAO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovação do plano de controle correspondente ao caderno de especificações pelo INAO.
<p style="text-align: center;">Ministério sob tutela (Agricultura e Alimentação)</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">Homologação do caderno de especificações</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O INAO transmite aos Ministérios sob tutela o caderno de especificação aprovado pelo Comitê Nacional, acompanhado de todos os elementos necessários para sua homologação e transmite à Comissão Europeia. • A homologação do caderno de especificação ocorre por meio de decreto interministerial publicado no Jornal Oficial e pela publicação no Boletim Oficial do Ministério da Agricultura. • O INAO transmite a versão homologada do caderno de especificações à ODG e ao organismo de controle

Fonte: Guia do Requerente AOP e IGP do INAO (2018)

Conforme procedimento previsto no INAO, os vinhos e bebidas espirituosas seguem um passo a passo parecido, porém, tem a obrigatoriedade de apresentar o pedido a comitês regionais (CRINAO), antes de apresentá-lo à Comissão Permanente. Estes comitês irão dar um parecer inicial dos dossiês que serão instruídos pelas instâncias nacionais do INAO. O

CRINAO é somente para o setor de vinhos e cidras com AOP, e, para as bebidas espirituosas com IGP.

Após o trâmite nacional, para o reconhecimento à nível europeu como AOP e IGP, deve ser enviado um pedido de registro pelo Ministério da Agricultura francês à Comissão Europeia, com a documentação única e o caderno de especificações anexados. O procedimento e suas etapas podem ser resumidos a seguir no Quadro 4:

Quadro 4: Procedimento na CE para registros AOP ou IGP de produtos agroalimentares.

Etapas na CE	Descrição
Ministério da Agricultura (França)	O Ministério da Agricultura francês envia à Comissão Europeia (CE) o pedido de registro em AOP ou IGP que inclui, principalmente, o documento único ²² e o caderno de especificações.
Exame pela Comissão Europeia (CE)	<ul style="list-style-type: none"> • A Comissão Europeia (CE) examina o pedido dentro de um prazo de 6 meses. • A CE pode solicitar, caso necessário, documentos complementares ou fazer exigências ao Estado Membro que pediu o registro. Se houver, o INAO solicita ao ODG o cumprimento destas exigências no prazo fixado. • Se a CE considerar que as respostas não são suficientes ou que outros pontos devam ser esclarecidos, pode solicitar ao Estado Membro explicações complementares. <p>Caso a CE considere que o pedido não atende às condições fixadas, o mesmo não é aprovado. Se atender, o processo segue e os documentos são traduzidos em todos os idiomas da União Europeia.</p>
Procedimento europeu de oposição	<ul style="list-style-type: none"> • Publicação do documento único no Jornal Oficial da União Europeia (exceto pequenas modificações) e abertura de um período de oposição de 3 meses para que os outros países tenham oportunidade de se manifestar. • Caso haja oposição, deve ser solicitado um acordo com o país oponente.
Publicação no Jornal Oficial da União Europeia: registro de AOP ou IGP ou modificações do caderno de especificações	<ul style="list-style-type: none"> • Se não houver oposição, ou em caso de acordo entre os Estados Membros após o exame, a CE concede o registro AOP/IGP, como também, pode aprovar alterações no caderno de especificações (CC). • O INAO envia uma cópia do CC ao requerente e ao organismo de controle.

Fonte: Guia do Requerente AOP e IGP do INAO (2018)

3.3 AOP/IGP francesas

Segundo dados publicados no site do INAO, em 2016, a instituição possuía mais de 1.100 produtos registrados, entre eles 361 AOP/AOC e 74 IGP de vinhos; 54 IG de bebidas espirituosas; 95 AOP, 137 IGP de produtos agroalimentares (Figura 6). Possui apenas 1 registro como ETG, para a receita “Mexilhões de Bouchot”.

²² Estabelecido pela regulamentação europeia para produtos AOP ou IGP, o documento único é um resumo do caderno de especificações, apresentando os elementos principais de elaboração e transformação do produto, e serve de base ao exame do pedido de registro para a Comissão Europeia (Guia do Requerente do INAO). Disponível em: <www.inao.gouv.fr>. Acesso em abr. 2018.

Em específico, com relação aos laticínios, a França possui um total de 50 AOP, sendo 45 para queijo, 3 referentes à manteiga e 2 para cremes. Neste segmento há uma organização francesa responsável pela realização de pesquisas e divulgação de dados do setor, o CNAOL – Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios (*Conseil National des Appellations D’Origine Laitières*), que trabalha em conjunto com o INAO. Realizam anualmente pesquisas junto aos Organismos de Defesa e Gestão (ODG) de laticínios AOP/IGP, fornecendo dados e estatísticas de produção.

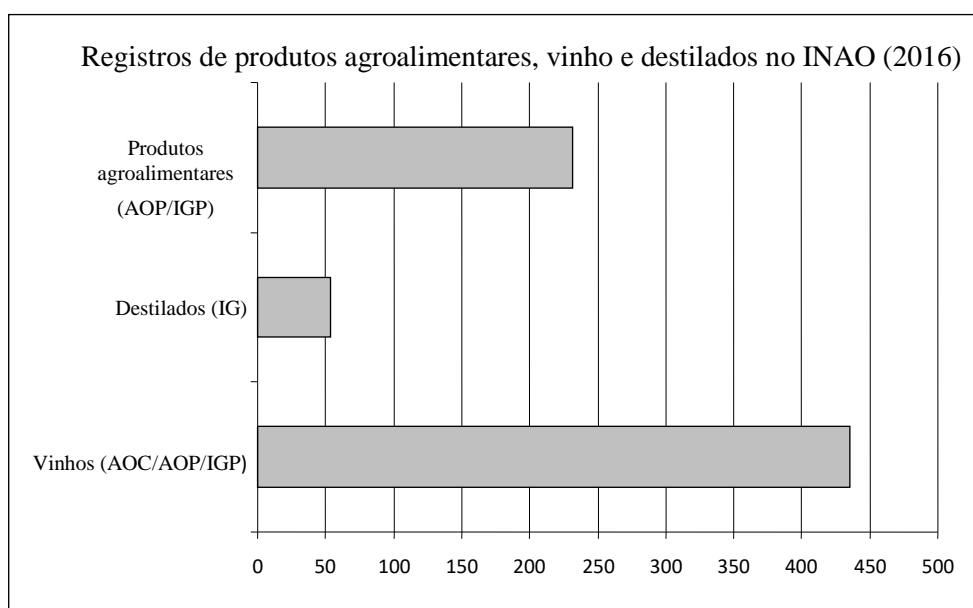


Figura 6: Registros AOC/AOP/IGP/IG no INAO
Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INAO (2018)

Quanto aos signos de qualidade, são mais de 400 cadernos de especificações de produtos de Label Rouge supervisionados pelo INAO. Destaca-se também que ao final de 2016, a França contava com mais de 47.000 operadores (produtores, transformadores, distribuidores e importadores) engajadas na produção biológica²³.

3.4 Proteção dos nomes de origem de produtos não agrícolas

O sistema de proteção dos nomes de origem na França foi conceitualmente construído para os produtos agrícolas e gêneros alimentícios. Inicialmente, o registro como AOC era restrito aos vinhos e destilados, sendo estendido aos produtos agroalimentares e extrativos somente a partir de 1990. O sistema europeu AOP, IGP e ETG estabelecido em 1992 teve

²³ Dados publicados no site do Instituto Nacional da Origem e da Qualidade (INAO). Disponível em <www.inao.gouv.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-INAO> Acesso em abr.2018.

como base o conceito francês, mantendo-se a proteção somente para produtos agroalimentares e excluindo produtos não agrícolas, como artesanato por exemplo.

Em 1994, o acordo internacional TRIPS que representou um marco legal para a proteção das indicações geográficas, não delimitava o tipo de produto (agrícola ou não agrícola), mas sim estabelecia uma definição geral para as IGs e os padrões mínimos a serem adotados pelos países. Destacava-se no artigo 22 do acordo que caberia aos países estabelecer os meios legais para impedir que uma designação induzisse o público a erro quanto à sua origem geográfica. Os países internalizaram então de forma diferenciada as normas legais gerais estabelecidas no acordo.

Nesta direção, Audier (2008) diz que na verdade não existe uma proteção internacional das IGs mas sim critérios internacionais das distintas proteções nacionais, tanto com relação aos produtos que são protegidos como nas definições nacionais utilizadas. O autor ressalta que alguns países garantem a proteção das IGs por meio de legislações específicas e ou *suis generis* de proteção, enquanto outros optam por proteger as suas indicações de origem via sistema de marcas. Alguns optam também em proteger por meio de legislações de defesa dos direitos do consumidor e contra a concorrência desleal ou por leis mais amplas sobre o conjunto de direitos de propriedade industrial.

A partir de estudo realizado sobre a forma de proteção adotado nos países, Audier (1999) levantou que dentre os países que protegem pelo sistema de marcas encontram-se o EUA, Canadá, Bulgária, China, Peru, África do Sul, Suíça, Turquia e Cuba. E que enquanto alguns países como a África do Sul a proteção é por marca coletiva, outros são por marcas de certificação, como é o caso dos EUA.

Assim como houve diferenciação na internalização dos instrumentos de proteção dos nomes de origem adotados entre os países, também não se estabeleceu nas previsões legais um entendimento único quanto à proteção de produtos não agrícolas, como os produtos de artesanato por exemplo. Em um estudo comparativo realizado por Audier (2008) entre as legislações de 111 países dentre os 153 membros da OMC, o autor identificou a proteção para artesanato explicitada nos textos legislativos de 25 países, sendo 15 pertencentes a Organização Africana da Propriedade Intelectual (OAPI), 5 países da Comunidade Andina e ainda Índia, Barbados, Dominica, Malásia e Omã.

A Índia se destaca como um dos maiores representantes em número de registros de produtos de artesanato. Conforme Belas (2013), dos 156 registros efetuados até abril de 2011 no Instituto de Propriedade Intelectual indiano, 99 deles se referiam especificamente a

produções artesanais, a maioria para produções têxteis, como os diferentes tipos de sári. Na América Latina, países como a Colômbia, Peru, México, Costa Rica e Brasil concedem registros de IG para produtos de artesanato, incluindo produtos em cerâmica, madeira, bordados, dentre outros. A autora ressalta que enquanto alguns países explicitam no texto da lei “produtos de artesanato”, outros como o Brasil conferem tal proteção sem explicitar especificamente o termo.

Vale destacar que no Brasil a proteção às indicações geográficas está prevista na Lei de Propriedade Industrial nº 9.279 de 1996, e, inclui produtos e serviços. A proteção não se restringe à produtos agrícolas, e sim inclui todo tipo de produto, como os não-agrícolas e de artesanato. Dentre os exemplos de registros nacionais de IG para produtos artesanais não-agroalimentares concedidos estão as Goiabeiras para painéis de barro, São João Del Rey para artesanato em Estanho, Cariri Paraibano para rendas renascença, Jalapão para artesanato em Capim Dourado, Divina Pastora para rendas de agulha em lacê e a Região das Lagoas Mundaú-Manguaba para bordado filé²⁴.

Um ponto explicitado por Belas (2013) é que, apesar da proteção das IGs da Comunidade Européia ser restrita aos vinhos, produtos agrícolas e gêneros alimentícios, certos países europeus adotaram sistemas *suis generis* de proteção de IG para produtos não agroalimentares, como Portugal, República Checa, Hungria e Bélgica. Porém, as estratégias de proteção utilizadas foram diferenciadas, envolvendo legislações específicas e restritas às suas esferas nacionais. Como exemplo, a autora cita o registro concedido ao Bordado da Madeira em Portugal, na modalidade Denominação de Origem, bem como, outros registros na modalidade de Indicações Geográficas como as Rendas de Bilros de Vila do Conde, Olaria de Barcelos e Lenço de Namorados do Minho. Explica que a proteção conferida a esses produtos não agrícolas portugueses possui um alcance nacional somente. À nível internacional, entretanto, os países buscam outras alternativas, como a proteção por meio de marca, à exemplo a do Bordado de Madeira, registrado como IG em Portugal e, como marca coletiva nos EUA, Itália e Suíça.

Dentre os países emergentes, a Índia tem empreendido uma pressão crescente junto à Organização Mundial do Comércio, para que a proteção especial conferida no acordo TRIPS, a vinhos e destilados, se estenda para outros tipos de produtos. Ao mesmo tempo que, o uso da IG para a proteção de produtos não agrícolas por parte dos países emergentes, tem levado a

²⁴ Informações disponíveis em < <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil> > Acesso Maio 2018.

Comunidade Européia a refletir essa necessidade como forma de fortalecer as indicações geográficas à nível internacional (MARIE-VIVIEN, 2010).

Na França, o sistema de proteção dos nomes de origem AOC foi concebido inicialmente restrito aos vinhos, estendendo-se aos produtos agroalimentares em 1990, e, posteriormente, servindo de base para o sistema europeu AOP, IGP e ETG em 1992. Não havia previsão legal para a proteção de nomes geográficos por IG de produtos não agrícolas, e assim como nos outros países europeus, contornava essa restrição protegendo-os como marca coletiva.

Marie Vivien (2010), entretanto, argumenta que antes da proteção por AOC, alguns produtos não agrícolas obtiveram reconhecimento como Apelação de Origem (AO) pelos tribunais de justiça franceses, como por exemplo a Dentelle de Puy em 1931, referente a uma renda artesanal produzida na cidade de Puy em Velay, e, a Potterie de Vallauris em 1930, um artesanato em cerâmica produzido na região de Vallauris. Mas ao se estabelecer o sistema AOC na França, extinguiu-se a proteção aos nomes de origem de produtos não agrícolas.

Porém, com o objetivo de estender a proteção aos demais produtos e sob constante pressão de produtores franceses insatisfeitos com as recorrentes imitações e falsificações de seus produtos artesanais, como o caso das facas de Laguiole, foi promulgada a lei sobre o consumo em 17 de março de 2014. Esta lei, intitulada de Lei Hamon (nº 2014-344), modificou os dispositivos do Código da Propriedade Intelectual francês que trata das indicações geográficas. Com a nova lei, foram incluídos os produtos não agrícolas e a indicação geográfica foi definida como:

“Art. L. 721-2 - Constitui uma indicação geográfica a denominação de uma área geográfica ou de um local determinado que serve para designar um produto que não seja agrícola, alimento, de floresta ou do mar, que tenha origem e possua uma qualidade determinada, uma reputação ou outras características que possam ser atribuídas essencialmente a esta origem geográfica”.

A lei Hamon estabeleceu que toda indicação geográfica devia seguir um caderno de especificações e que os produtores deveriam ser organizar em grupos, sendo representados por Organismos de Defesa e Gestão (ODG). Foi também estabelecido ser competência do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI/ França) examinar e conceder o registro de IG para os produtos industriais e artesanais (Arts. L.721-3 e L.721-4). No ano seguinte, em 2 de junho de 2015, publicou-se o decreto nº 2015-595 regulamentando as regras e condições de execução da lei, explicitadas nos artigos R.721-1 à R.721-12 do Código da Propriedade Industrial.

Conforme Fajgenbaum e Lachacinski (2016), a decisão judicial das facas de Laguiole aumentou a pressão pela proteção dos nomes de origem de produtos não agrícolas na França. Muitos outros produtos de origem como as porcelanas de Limoge e os cristais de Lorraine não possuíam qualquer tipo de proteção, sendo alvos de cópias e contrafação. Destacam que, a partir de 2015, o INPI passa a examinar pedidos de registro de IG (Figura 7) para produtos industriais e artesanatos, com o primeiro registro sendo concedido em dezembro de 2016 para as poltronas e sofás de Liffol (Figura 8).

Seguindo o mesmo princípio de proteção das indicações geográficas da União Europeia, as IG no INPI devem associar o produto a uma zona geográfica delimitada, se organizar em Organismos de Defesa e Gestão (ODG) e possuir controle realizado por organismos de terceira parte. As IG concedidas são somente para produtos não agrícolas que tem uma origem precisa, possuindo qualidades, uma notoriedade ou características vinculadas ao seu local de origem (INPI, 2018).

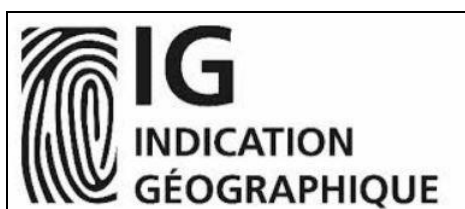


Figura 7: Apresentação gráfica
Fonte: INPI (2018)



Figura 8: Poltronas e sofás de Liffol (1ª IG)
Fonte: INPI (2018)

O capítulo seguinte apresenta a estruturação da indicação geográfica no Brasil, incluindo a legislação, os procedimentos para obtenção do registro, as principais instituições atuantes e as IGs concedidas até o presente no INPI.

4. ESTRUTURAÇÃO DA IG NO BRASIL

4.1 Histórico e Legislação

Inicialmente apresentadas como indicações de proveniência ou procedência, e mais tarde definidas de forma explícita como indicação geográfica, os primeiros marcos legais referentes às IGs no Brasil datam do início do século XX.

De acordo com Copetti e Bruch (2009), o Decreto nº 5.424, de 1905, que regulamentou a Lei nº 1.236/1904 definiu pela primeira vez as indicações de proveniência. O decreto estabelecia como indicação de proveniência a designação do nome geográfico que correspondia ao lugar de fabricação, elaboração ou extração do produto.

Ainda conforme as autoras, sob a designação de indicação de proveniência ou procedência, outras normas legais foram estabelecidas no Brasil como o Decreto nº 16.254 em 1923, com medidas de repressão às falsas indicações de proveniência; o Decreto nº 24.507 em 1934, que criou o Departamento de Propriedade Industrial, adotando medidas de repressão às falsas indicações de procedência, como uma das formas de combate à concorrência desleal; e o Código de Propriedade Industrial de 1945 (Decreto-Lei nº 7.903), que acrescentou a questão da notoriedade ao conceito de indicação de proveniência como destacado no art. 100 da seção IV do CPI/45:

“Art. 100 – Entende-se por **indicação de proveniência** e designação de nome de cidade, localidade, região ou país, que sejam **notoriamente conhecidos** com o lugar de extração, produção ou fabricação das mercadorias ou produtos.

Parágrafo único: O uso do nome de lugar de proveniência cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecidos.”

Estabelecia também ser passível de registro de marca o nome geográfico de lugar que não fosse notoriamente conhecido como produtor dos artigos ou produtos a que a marca se destinasse (Parágrafo único, art.101).

Em 1971, a partir da Lei nº 5.772, é instituído um novo Código da Propriedade Industrial (CPI) e criado o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. Este CPI retoma a expressão indicação de procedência, abolindo definitivamente a expressão indicação de proveniência, que não seria mais utilizada na legislação seguinte. A seção VI que trata das Indicações de Procedência é composta por 3 artigos (arts.70, 71 e 72). A definição de lugar de procedência é apresentada pelo artigo 70:

“Art. 70 – Para os efeitos deste Código, considera-se **lugar de procedência** o nome de localidade, cidade, região ou país, que seja **notoriamente conhecido** como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produto, ressalvado o disposto no artigo 71.”

Os artigos 71 e 72 que tratam das indicações de procedência dispõem que:

“Art.71 – A utilização de nome geográfico que se houver tornado, comum para designar natureza, espécie ou gênero de produto ou mercadoria a que a marca se destina não será considerada indicação de lugar de procedência.”

“Art. 72 – Excetuada a designação de lugar de procedência, o nome de lugar só poderá servir de elemento característico de registro de marca para distinguir mercadoria ou produto procedente de lugar diverso, quando empregado como nome de fantasia.”

Com relação à proteção como marca, o CPI/71 estabelecia que nomes ou indicação de lugar de procedência, bem como, imitações que fossem suscetíveis de causar confusão não poderiam ser registrados como marca.

A partir de 1994, a legislação brasileira teve que se adequar às disposições do Acordo TRIPS elaborando um novo marco jurídico interno: a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96 (LPI/96). Dentre outros temas, a LPI passou a definir e prever o registro de indicações geográficas nas condições estabelecidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

A Lei da Propriedade Industrial estabeleceu em seu artigo 2º que a proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, efetua-se mediante a concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade, concessão de registro de desenho industrial, concessão de registro de marcas, repressão às falsas indicações geográficas e repressão à concorrência desleal.

Pela primeira vez é introduzido o conceito de indicação geográfica na legislação brasileira, sendo estabelecidos sete artigos no título IV “Das Indicações Geográficas” (Arts. 176 a 182) da LPI. Adicionalmente, são previstos também três artigos (Arts. 192 a 194) que tratam “Dos crimes contra indicações geográficas e demais indicações”, apresentando as sanções e as condições do uso das expressões como “tipo”, “espécie”, “idêntico” dentre outras.

Segundo o artigo 176 da lei, constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem. No artigo 177, define-se indicação de procedência da seguinte forma:

“Art. 177 - Considera-se como indicação de procedência, o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade de seu território, **que se tornou conhecido** como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de determinado serviço.”

A denominação de origem é definida no artigo 178:

“Art. 178 - Considera-se como denominação de origem, o nome geográfico de um país, região ou uma localidade de seu território, que designe produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.”

Há que se notar que pelo acordo internacional TRIPS, assinado em 15 de abril de 1994 por mais de 187 países, inclusive o Brasil, foram estabelecidos somente os padrões mínimos de proteção às IGs o que permitiu que os países internalizassem o conceito de indicação geográfica de maneira diferenciada. Em sua definição, o acordo prevê de forma ampla, no artigo 22, que as IGs são:

“Art.22 – [...] indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada **qualidade, reputação** ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”.

Comparativamente ao estabelecido no Acordo TRIPS, a LPI/96 desmembrou a definição de indicação geográfica em duas espécies - Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO) -, assim como, permitiu a proteção como IG de nome ou local de prestação de serviço. Conforme Barbosa (2003), definir IG na forma de duas espécies, implica em conferir um tratamento paralelo e com definições distintas, sendo a IP relacionada ao nome local que se tornou conhecido e a DO ao nome do local cujas características ou qualidades se devem ao meio geográfico.

A Indicação de Procedência (IP) definida na LPI/96 remete ao conceito previsto em legislações nacionais anteriores ao TRIPS, como no Código da Propriedade Industrial de 1971 que definiu como local de procedência o “nome do local que se tornou notoriamente conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produção”. Ao mesmo tempo, o que se vê na definição de Indicação de Procedência da LPI/96 é que o objeto de proteção é o “nome geográfico que se tornou conhecido”, que também foi previsto pelo acordo TRIPS, apresentado no artigo 22 como reputação.

Com relação à Denominação de Origem (DO), a definição na LPI/96 traz os conceitos estabelecidos no Acordo de Lisboa (1958) e no regulamento europeu CE 2.081/92. Em sua concepção a DO é o nome geográfico que designa produtos cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem. De acordo com o regulamento CE 2.081/92 (substituído

pelo CE 510/2006), as denominações de origem se destinam a produtos que mostram uma ligação direta entre suas características e a área de extração e produção, incluindo fatores humanos e naturais, como clima, qualidade do solo e saber fazer local. Assim, para a DO, o vínculo com a origem é a ligação com o ambiente em que o produto é produzido, e, portanto, se torna necessária a sua comprovação.

Ressalta-se que o acordo TRIPS não menciona ou utiliza a expressão denominação de origem em seus artigos referentes à Indicação Geográfica. Porém, insere o termo “qualidade” na definição de IG, associada às características do produto que sejam essencialmente atribuídas à sua origem geográfica. Por isso, comprovar essa qualidade é obrigatória para os produtos com denominação de origem.

Entretanto Cerdan (2013), enfatiza que a noção de qualidade inserida na definição de denominação de origem não diz respeito ao fato das características serem melhores ou piores, mas sim serem típicas e diferenciadas, ou seja, não encontradas em produtos equivalentes em outro local.

Nos artigos seguintes referentes às IGs, a LPI apresenta os limites de proteção do nome geográfico (Arts. 179 a 181) e finaliza com o art.182, estabelecendo os beneficiários e as condições para o uso da IG:

“Art. 179 - A proteção estender-se-á à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.”

“Art. 180 - Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.”

“Art. 181 - O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.”

Art. 182 - “O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, exigindo-se ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.”

Parágrafo único: “O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas.”

A possibilidade de se proteger a representação gráfica da indicação geográfica prevista no artigo 179 da LPI/96, representa um diferencial em relação às outras legislações que tratam de IG, onde a proteção recai somente para a designação nominativa do local geográfico, não sendo permitido incluir representações figurativas junto aos requerimentos de registros. Para contornar essa restrição, a legislação europeia CE nº 1.151/2012 (art.12) protege os sinais

figurativos como marcas geográficas coletivas, permitindo que sejam utilizadas juntamente com a denominação de origem protegida ou a indicação geográfica protegida.

O artigo 180 da LPI/96 trata que um dos principais efeitos do reconhecimento de uma indicação geográfica pelo INPI é a não diluição do nome geográfico, ou seja, o de impedir que o nome geográfico se torne comum e designativo da própria coisa. Um exemplo apontado por Gonçalves (2008) é o queijo minas, um produto com nome evocativo do estado de Minas Gerais, mas que é atualmente produzido em todo o Brasil, sendo portanto uma designação genérica de um tipo de queijo fresco, o que incide nas restrições ao registro previstos no art.180 da LPI/96.

Da mesma forma que é explicitado no regulamento europeu CE nº 1.151/2012 em seu artigo 13, que as denominações de origem protegidas e as indicações geográficas protegidas não se tornam genéricas. O reconhecimento como DOP ou IGP impede que o nome geográfico seja considerado de uso comum.

No que tange à utilização de nomes geográficos que não se constituem em IG como elementos de marca, a LPI/96 em seu artigo 181 permite o registro desde que não induza falsa procedência. É possível encontrarmos no banco de dados do INPI, registros de marcas com nomes de locais tradicionalmente conhecidos, o que pode ser compreendido, pois, o nome geográfico pleiteado como marca, à época do exame, não estava protegido como IG. Alguns exemplos podem ser citados como Salinas e Paraty para cachaça e Canastra para queijo, que possuem marcas registradas anteriormente aos pedidos de reconhecimento das respectivas indicações geográficas. Nestes casos, as marcas podem continuar a ser utilizadas e renovadas, como previsto também pelos regulamentos europeus vigentes²⁵.

A titularidade da IG é tratada no artigo 182 da LPI/96, sendo restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local que estão exercendo a atividade produtiva. Adicionalmente, no caso da DO, é preciso atender os requisitos de qualidade, ou seja, comprovar o vínculo entre as características essenciais do produto e o meio geográfico, conforme já estabelecido no artigo 178 da LPI/96. Para a IP, essa comprovação não é necessária, sendo suficiente que os produtores estejam exercendo a atividade produtiva nos limites reconhecidos.

Barbosa (2014) enfatiza que por seu caráter coletivo, a titularidade das indicações geográficas não cria um direito real com os atributos clássicos de uma propriedade industrial,

²⁵ Ver o regulamento europeu CE nº 1.151/2012 - “Das relações entre marcas, denominações de origem e indicações geográficas”, no § 2º do Art.14.

pois o direito não é transferível. Assim, ainda que as terras sejam vendidas não ocorre necessariamente a transferência da titularidade da indicação geográfica.

No que se refere à relação entre marcas e indicações geográficas, a LPI/96 prevê que o registro da IG impede o registro como marca. Os incisos IX e X do art.124 da lei determinam que não são registráveis como marca:

“IX – indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica.”

“X – sinal que induza a falsa indicação quanto a origem, procedência, natureza ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina.”

Estas previsões legais destacam a importância do registro de Indicação Geográfica como instrumento de proteção com poder de impedir que nomes geográficos reconhecidos como IG se tornem marcas registradas, tanto de terceiros como de requerentes da própria área geográfica referenciada.

Com relação aos crimes contra as indicações geográficas e demais indicações, a LPI/96 estabelece que é proibido:

“Art. 192- Fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer à venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica”.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

“Art. 193 - Usar, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedâneo", "idêntico", ou equivalente, não ressaltando a verdadeira procedência do produto.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

“Art. 194- Usar marca, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

Assim, o registro de IG tem a previsão legal de impedir que terceiros fabriquem, importem, exportem, vendam, exponham ou ofereçam à venda, ou até mesmo, estoquem produto que apresente falsa indicação geográfica. Um outro artigo deste capítulo, proíbe o uso de termos genéricos, como “tipo”, “espécie”, entre outros, desde que não ressalvada a verdadeira procedência do produto. Por fim, o art. 194 ratifica a proibição do uso de nomes ou sinais que indiquem falsa procedência, prevendo sanções e penalidades para cada uma das proibições estabelecidas.

Um ponto importante é que enquanto o acordo TRIPS não restringe a proteção somente aos nomes de origem, sendo possível registrar nomes tradicionais de produtos que sejam reconhecíveis por sua origem²⁶, no Brasil, conforme estabelecido pela LPI/96, somente os nomes geográficos ou topônimos²⁷ são passíveis de registro como IG.

Para contornar isso, e pela necessidade de garantir a proteção de nomes tradicionais como “Cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil”, foi estabelecido por meio de decreto²⁸ o reconhecimento destas expressões como indicação geográfica brasileira. Segundo Locatelli (2008), a finalidade foi a de coibir o uso indevido destas expressões no mercado internacional, garantindo aos produtores nacionais a exclusividade sobre a denominação “Cachaça” para o destilado do mosto fermentado da cana-de-açúcar, produzido segundo normas estabelecidas e fabricado somente no Brasil. O decreto estabelece no art. 5º que o Regulamento de Uso da IG deve ser aprovado pela Câmara de Comércio Exterior de acordo com critérios técnicos definidos pelos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, assim como, da Agricultura, Pecuária e Abastecimento no âmbito de suas respectivas competências.

4.2 Procedimentos no INPI

Ao final da seção de IG da LPI/96, o parágrafo único do art 182 da LPI/96 prevê para o INPI a função de estabelecer as condições de registro das indicações geográficas. Conforme Dupim (2015) as principais instruções normativas do INPI ao longo do tempo podem ser resumidas abaixo:

(1º) Ato Normativo nº 134 de 15/04/1997, instituindo formulários para apresentação de requerimento de registro de IGs, petição e fotocópias;

(2º) Ato Normativo nº 143 de 31/08/98 dispoendo normas de procedimentos sobre registro das Indicações Geográficas, revogado pela resolução INPI 75 de 08/11/2000;

(3º) Resolução 75/00, substituída pela Instrução Normativa nº 12 de 16/03/2013, estabelecendo as condições de registro das indicações geográficas no INPI;

(4º) Instrução Normativa nº 25 de 21/10/2013 – IN25/2013 que corrige a IN12/2103 e estabelece novos formulários de requerimento e petições referentes ao pedido de registro de IG.

²⁶ Por exemplo *Feta*, que é um tipo de queijo produzido na Grécia.

²⁷ Nome geográfico ou topônimo: é o nome ou expressão usada para nomear um lugar.

²⁸ Decreto nº 4.602 em 21 de dezembro de 2001.

A IN25/2013 é a instrução normativa vigente no INPI que estabelece as condições de registro das indicações geográficas. Afirma de início, no parágrafo único do artigo 1º, que o registro de IG é de natureza declaratória e implica no reconhecimento das Indicações Geográficas, mediante ao atendimento das condições de registro estabelecidas pelo INPI.

Composta por 30 artigos distribuídos em 13 títulos, a IN25/2013 traz no artigo 2º as definições de Indicação de Procedência e de Denominação de Origem estabelecidas pela LPI/96, instituindo procedimentos e normas para as duas espécies de IG, destacando-se os seguintes pontos:

i) Requerente do pedido de registro - o artigo 5º da IN25/2013 determina que podem requerer registro de indicações geográficas, na qualidade de substitutos processuais, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimadas ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no território onde o produto é elaborado. Há duas exceções previstas neste artigo: a primeira, se o produtor ou prestador de serviço é o único legitimado ao uso, é possível que o requerente seja uma pessoa física ou jurídica, que pode requerer o registro de IG em nome próprio. A segunda, para o caso de pedido de reconhecimento de uma IG estrangeira, a instrução determina apenas que o registro deverá ser requerido pelo titular do direito, não estabelecendo ou requerendo que este seja representante da coletividade local. Para os pedidos de indicações estrangeiras, a documentação oficial que reconheceu a Indicação Geográfica deve ser apresentada em cópia oficial, acompanhada de tradução.

As entidades representativas da coletividade de um determinado território vão então atuar como gestoras da indicação geográfica. Velloso *et al* (2014) ressaltam que é por meio do estatuto que a associação regula a entrada e saída de associados e não há qualquer regra que obrigue a associação a aceitar um novo associado. Porém, a organização deve buscar a inclusão e maior participação dos produtores na área geográfica da IG para garantir uma maior representatividade.

ii) Delimitação da área geográfica – sendo estabelecido pela LPI/96 que o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, a delimitação da área geográfica define os limites do direito ao uso do nome geográfico por parte daqueles de direito. Constituindo um dos requisitos essenciais no processo de obtenção do registro de IG, a IN25/2013, em seu art. 7º, determina que o documento que delimita a área geográfica deve ser expedido pelo órgão oficial do Estado, sendo competentes, no Brasil,

Ministérios e as Secretarias de Estado afins ao produto ou serviço distinguido como nome geográfico.

Nesta etapa, os requerentes locais trabalham em conjunto com instituições competentes para a delimitação oficial da região da IG. Apesar da instrução não especificar, segundo Silva *et al* (2014) a delimitação geográfica deve se basear em critérios objetivos e precisos, fundamentada com argumentos técnicos oficiais (estudos e pesquisa), com exigências diferenciadas para as espécies de DO e IP, conforme estabelecido pelo INPI.

iii) Procedimento para o registro de IG – pedidos de registro de indicação geográfica devem apresentar os documentos relacionados no art.6^o²⁹ da IN25/2013, bem como, comprovações estabelecidas pela instrução normativa em função da espécie de indicação geográfica a ser reconhecida (arts.8^o e 9^o).

O art. 6^o estabelece documentos comuns às duas espécies de IG, como por exemplo o regulamento de uso do nome geográfico e o instrumento oficial que delimita a área geográfica. Mas estabelece particularidades para cada uma como:

a) Pedido de registro de Indicação de Procedência (IP) - segundo estabelecido no art. 8^o da IN25/2013, o pedido deverá conter documentos comprovando que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de determinado serviço. Adicionalmente, o pedido deve apresentar documentos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre o produto ou serviço distinguido com a IP, bem como, a comprovação que os produtores ou prestadores de serviços estão estabelecidos na área geográfica delimitada, exercendo as atividades de produção ou prestação do serviço.

²⁹ I – requerimento (modelo I), no qual conste:

- a) o nome geográfico
- b) a descrição do produto ou serviço

II - instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, na forma do art 5^o

III - regulamento de uso do nome geográfico;

IV - instrumento oficial que delimita a área geográfica

V - etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação de país, cidade, região ou localidade do território, bem como sua versão em arquivo eletrônico de imagem.

VI - procuração, se for o caso, observando o disposto nos art.20 e 21;

VII – comprovante do pagamento da retribuição correspondente.

b) Pedido de registro de Denominação de Origem (DO) – o art 9º da IN25/2013 estabelece que o pedido deverá conter documentos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço que se devam essencialmente ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. O artigo prevê também que o pedido de DO deve conter a descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço que devem ser locais, leais e constantes, assim como, a existência de estrutura de controle e a comprovação que os produtores exercem suas atividades no local.

Vale ressaltar que para ambas as espécies são exigidas estrutura de controle, porém não há instruções normativas quanto à forma ou mesmo o tipo de controle a ser utilizado pelas IGs. Na prática, há exemplos de IGs brasileiras onde o sistema de controle é interno, realizado por um conselho regulador formado por produtores em conjunto com membros internos e externos à associação. O que difere do sistema europeu, que adota principalmente o controle externo, realizado por certificadoras privadas (VITROLLES, 2011).

Uma vez depositado o pedido de registro de indicação geográfica junto ao INPI, o mesmo é submetido a um exame formal e caso haja exigência, o requerente terá 60 dias para cumprir. Se estiver conforme, o pedido de IG é publicado para período de oposição ou manifestação de terceiros.

Não havendo oposição, o pedido é encaminhado para exame, podendo ser deferido e concedido ou indeferido. Caso haja oposição ao pedido, abre-se período para manifestação do requerente no período de 60 dias. Findo o prazo, o pedido é encaminhado para o exame quando então é decidido. Cabem recursos às decisões nos prazos e condições estabelecidos pelo art. 212 da LPI/96.

O registro de uma indicação geográfica tem prazo indeterminado sendo válido enquanto os elementos comprovados para a respectiva espécie de IG estiverem presentes.

A seguir, na Figura 9, é apresentado o fluxograma do procedimento administrativo para o pedido de registro de IG no INPI:

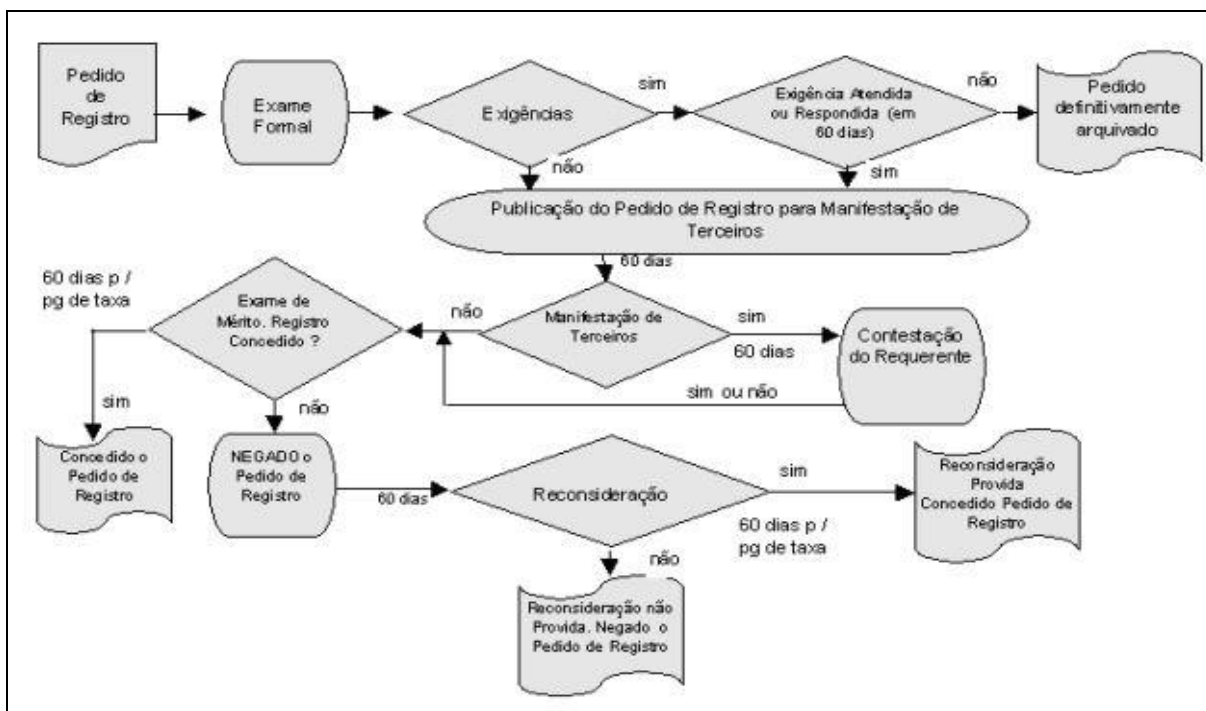


Figura 9: Fluxograma do procedimento administrativo de registro de IG no INPI
 Fonte: DUPIM, 2015, p.70.

Como o registro de Indicação Geográfica é de natureza declaratória, como estabelecido no parágrafo único do artigo 1º da IN25/2013, trata-se na verdade do reconhecimento de um direito pré-existente que permite aos titulares excluir terceiros do uso do sinal distintivo. O que se contrapõe ao sistema constitutivo, como no caso das marcas e patentes, onde a concessão estabelece o direito. Para as IGs deve haver então uma comprovação, por parte dos requerentes, de que a área geográfica é reconhecida de fato, seja pela reputação ou qualidade, por produzir ou prestar determinado produto ou serviço.

4.3 INPI e demais instituições atuantes

Ao longo desses últimos 20 anos de promulgação da Lei da Propriedade Industrial (LPI), Lei n. 9.279/1996 (Brasil, 1996), algumas instituições despontaram como atores relevantes no fomento e apoio às iniciativas de reconhecimento das indicações geográficas no país. É possível identificar o Sebrae, com os trabalhos de fomento por meio da sua unidade nacional; o MAPA com a Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) e suas unidades regionais; a EMBRAPA com destaque para unidade de uvas e vinhos em Bento Gonçalves; as universidades e instituições de pesquisa; as empresas

estaduais de assistência técnica e o próprio INPI, responsável pelo exame e concessão dos pedidos de indicação geográfica no Brasil (DUPIM, 2015).

Estas instituições desempenham um papel importante nas fases pré-registro (diagnóstico e organização), e algumas também pós-registro, para manutenção de uma IG. De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2013), na primeira etapa são necessários recursos financeiros e técnicos para capacitação e organização dos produtores, elaboração do regulamento de uso, delimitação da área geográfica, e principalmente para definir uma plataforma coletiva forte para dar continuidade às atividades após a obtenção do registro de IG. Os autores enfatizam que essas instituições desempenham papéis diferenciados e muitas vezes complementares em cada uma das etapas de reconhecimento das IGs.

A seguir as principais instituições de fomento e apoio às indicações geográficas no Brasil:

a) Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Desde 2005, o SEBRAE vem atuando no apoio aos grupamentos de produtores interessados em solicitar o registro de IG no INPI, por meio da unidade de inovação e suas regionais espalhadas pelo território nacional.

A instituição desenvolve um trabalho de capacitação e organização dos produtores participantes de projetos de IGs, realizando estudos de viabilidade técnica e econômica, bem como de criação de identidade visual e promoção do produto. Vale destacar também o suporte financeiro oferecido pelo Sebrae para a estruturação das IGs, atuando na organização e gestão antes e após a obtenção do registro de indicação geográfica.

Blay (2015) destaca que o enfoque do Sebrae no incentivo à IG iniciou-se em 2003 e ganhou força após 2008, com a “Chamada Nacional de Projetos de Indicação Geográfica”, cuja meta foi selecionar projetos para apoio técnico e financeiro. Foi em meio a estas iniciativas que foram idealizados os projetos de IG do Cariri Paraibano (PB) e de Divina Pastora (SE) junto às rendeiras destas localidades.

Para o queijo de Minas artesanal em específico, a unidade regional de inovação de Minas Gerais inclui ações de apoio às associações de produtores, auxiliando o reposicionamento do queijo no mercado, além de levar compradores até as regiões e os produtores em eventos de divulgação. Na Canastra, desde 2015 o SEBRAE realiza um trabalho de modelo de negócio por meio de consultorias diversas, subsídios à produção de material de marketing, criação da marca, rótulos e embalagem, bem como organização de

eventos e missões técnicas de divulgação das IG entre produtores e consumidores (SEBRAE, 2017).

b) Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA

A atuação do MAPA nas indicações geográficas foi oficializada em 2005 com a criação de um setor específico para apoiar e fomentar o reconhecimento de IG no setor agrícola, a Coordenação de Incentivo às Indicações Geográficas (CIG). Dentre as ações desenvolvidas pelo Ministério da Agricultura estão a de prospecção de potenciais IGs, diagnóstico e planejamento, apoio à IGs constituídas, bem como sensibilização de atores locais e capacitação de lideranças. De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2013), entre 2006 e 2011, o Ministério deu suporte técnico e financeiro a 24 projetos de IGs. A partir de 2011, o objetivo passou a ser projetos de IGs já reconhecidas, prestando apoio à organização de 27 cadeias de produtos com potencial de reconhecimento como indicação geográfica.

Os trabalhos desenvolvidos na CIG são conduzidos por técnicos e fiscais federais agropecuários, que atuam nos estados e distrito federal nas Superintendências Federais de Agricultura (SFA).

c) Universidades e instituições de pesquisa

O papel das universidades e instituições de pesquisa no processo de obtenção da IG é de grande importância, principalmente nas fases de levantamento histórico da região, nas etapas de caracterização e delimitação da área geográfica da IG, bem como no suporte a estudos relacionados com a tipicidade dos produtos. Desde a primeira indicação geográfica brasileira para os vinhos e espumantes do Vale dos Vinhedos em 2002, que as universidades e instituições de pesquisa desenvolvem um trabalho de suporte técnico às IGs. No sudeste, destaca-se a atuação da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) no apoio à IG Paraty, a Universidade Federal de Viçosa nas IGs Canastra e Serro e a Universidade Federal de São João del Rey (UFSJ) para as IGs São João del Rey e São Tiago. Na região sul, as universidades Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e de Caxias do Sul (UCS) foram determinantes para o processo de implementação das IGs Pampa Gaúcho da Campanha Meridional e Litoral Norte. E na região nordeste, a Universidade Federal de Alagoas atuou de forma ativa para a IG Manguezais de Alagoas, tendo sido a primeira denominação de origem brasileira concedida no INPI.

Mascarenhas e Wilkinson (2013) apontam que algumas universidades como a Federal de Santa Catarina (UFSC) vêm apoiando a realização de cursos à distância na área de IG e propriedade intelectual em convênio com o MAPA, assim como em parceria com a UFRRJ, desenvolve projetos de intercâmbio de experiências Brasil/França entre pesquisadores e estudantes.

Em particular para os queijos artesanais, vale destacar as pesquisas realizadas pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais (CETEC) e a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), essenciais para a caracterização técnica e sanitária dos queijos tradicionalmente produzidos nas regiões mineiras.

d) Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA

A EMBRAPA desenvolve um trabalho de apoio ao reconhecimento de indicações geográficas no setor agropecuário tendo um importante papel nos projetos de valorização da produção do setor. É uma instituição de pesquisa vinculada ao Ministério da Agricultura, que conta com unidades descentralizadas em todas as regiões do país. Segundo Dupim (2015), a unidade Embrapa Uva e Vinho, de Bento Gonçalves, foi a pioneira no tema das IGs no Brasil, tendo iniciado o projeto de demanda dos produtores da região do Vale dos Vinhedos e que resultou na primeira IG brasileira. Dentre as indicações geográficas reconhecidas e fomentadas pela EMBRAPA Uva e Vinho cita-se: Pinto Bandeira, Altos Montes, Monte Belo e Farroupilha, todas na espécie Indicação de Procedência (IP), e Vale dos Vinhedos, como IP e DO.

Destaca-se também as ações de fomento de IG via projetos de P&D, realização de cursos de propriedade intelectual, bem como oficinas de sensibilização sobre a importância das IGs (MASCARENHAS E WILKINSON, 2013).

e) Empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural

Com objetivo de colaborar na formalização e execução de programas e projetos de assistência técnica e extensão rural, estas empresas estaduais vem desempenhando um papel importante no sentido de assistir e apoiar as associações de produtores que se candidatam a uma IG. Dentre elas, cita-se o trabalho realizado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER/MG) na caracterização das microrregiões tradicionais produtoras de queijos artesanais. Como resultado destas delimitações foram

identificadas áreas de produção em várias regiões mineiras, como a da Canastra e do Serro. Estas demarcações serviram de base aos documentos dos pedidos das IGs e representam a área geográfica oficial. Vale destacar que as empresas estaduais atuam com produtos de origem animal, como o queijo artesanal, dando apoio aos produtores para melhoria das condições sanitárias dos rebanhos e da ordenha, mas também dão assistência à outros produtos como vegetais, de quitanda, café, por exemplo.

f) Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI

O INPI é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria (INPI, 2018).

Entre os serviços do INPI, estão os registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos integrados, as concessões de patentes, as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia.

No que se refere às indicações geográficas, é responsável pelo estabelecimento das condições de registro, com base no parágrafo único do art. 182 da LPI/96 e da concessão do registro propriamente dito.

Desde outubro de 2016, com a reformulação do organograma da instituição, a divisão de exame de pedidos de registro de IG passa a estar subordinada à Coordenação Geral de Marcas, Indicações Geográficas e Desenhos Industriais (CGMID), vinculada à Diretoria de Marcas, Indicações Geográficas e Desenhos Industriais.

Atualmente o fomento não é mais atribuição do INPI e a disseminação do conhecimento é realizada por instituições parceiras como MAPA, SEBRAE, EMBRAPA, IBGE, IPHAN, INMETRO. Segundo Dupim (2015), esse trabalho entre o INPI e as instituições tem objetivo de possibilitar uma melhor compreensão sobre os conceitos da propriedade industrial, assim como a agregação de valor proporcionado pela organização das cadeias produtivas a partir do associativismo e a proteção dos bens culturais.

Dentre as instituições, há que se destacar o acordo de cooperação técnico firmado entre o INPI e o IBGE em 2011, onde além das atividades de disseminação sobre nomes geográficos, cartografia e indicações geográficas em cursos e eventos, desde 2016, o IBGE é responsável pela elaboração e publicação do Mapa das Indicações Geográficas, com a

representação das áreas das IGs brasileiras reconhecidas pelo INPI (Anexo I). Considerando-se que a delimitação da área geográfica da IG necessária para o registro no INPI é um dado espacial, fica então o INPI, após o registro de uma IG, obrigado a encaminhar esses dados ao IBGE.

Cumprir dizer que o Brasil é um dos poucos países a possuir um cruzamento de informações entre os órgãos responsáveis pela propriedade industrial e o responsável pelas informações geográficas. Hoje os dados das delimitações de IG encontram-se incluídos na INDE (Infraestrutura Nacional de Dados Espaciais) da CONCAR (Comissão Nacional de Cartografia) do Ministério do Planejamento.

4.4 Indicações geográficas concedidas no INPI

Os primeiros pedidos de registro de IG no INPI foram solicitados por estrangeiros. O primeiro deles foi concedido em 1999, na espécie Denominação de Origem, para a Região dos Vinhos Verdes de Portugal. O banco de dados do INPI conta atualmente com um total de 8 registros estrangeiros, todos para DO, sendo eles: Cognac (França) para aguardente de vinho; Franciacorta (Itália), para vinhos, espumantes e bebidas alcoólicas; San Daniele (Itália) para coxas de suínos frescas, presunto defumado e cru; Porto (Portugal) para vinho licoroso; Napa Valley (EUA) para vinhos; Champagne (França) para vinhos espumantes e Roquefort (França) para queijo.

Com relação aos pedidos de registros de nacionais, o INPI concedeu até julho de 2018 um total de 59 registros, sendo 49 como Indicação de Procedência e 10 como Denominação de Origem. O primeiro registro de IG nacional foi concedido em 2002 para a IP Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, para vinhos e espumantes. Dez anos mais tarde em 2012, esta mesma região recebeu o registro de Denominação de Origem para os mesmos produtos.

A maioria dos registros nacionais concentram-se em indicações geográficas relacionadas a produtos agroalimentares e vinhos, perfazendo mais de 70%, seguindo os padrões definidos pela Comunidade Européia onde este tipo de registro se aplica somente ao segmento agroalimentar e de bebidas alcoólicas. Porém, como a legislação brasileira permite o registro de IG de todo tipo de produto, inclusive os não agrícolas, observa-se registros para artesanato, minerais e para serviço. O Quadro 5, a seguir, mostra todos os registros de IGs nacionais concedidos no INPI de 1997 até julho de 2018:

Quadro 5: Indicações geográficas brasileiras registradas no INPI até julho de 2018

Classificação	Produto	Denominação	Espécie	Estado	Ano
Agroalimentar	Arroz	Litoral Norte Gaúcho	DO	RS	2010
	Biscoitos	São Tiago	IP	MG	2013
	Cacau	Linhares	IP	ES	2012
	Café	Região do Cerrado Mineiro	IP	MG	2005
			DO		2013
		Norte Pioneiro do Paraná	IP	PR	2012
		Região da Serra da Mantiqueira	IP	MG	2011
		Alta Mogiana	IP	SP	2013
		Região de Pinhal	IP	SP	2016
	Camarão	Costa Negra	DO	CE	2011
	Carne	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	RS	2006
	Doces	Pelotas	IP	RS	2011
	Própolis e Extrato	Manguezais de Alagoas	DO	AL	2012
		Região da Própolis Verde de Minas Gerais	DO	MG	2016
	Queijo	Serro	IP	MG	2011
		Canastra	IP	MG	2012
		Colônia Witmarsum	IP	PR	2018
	Uvas de Mesa e Mangas	Vale do Submédio São Francisco	IP	BA/PE	2009
	Melão	Mossoró	IP	RN	2015
	Mel	Pantanal	IP	MS/MT	2015
		Ortigueira	DO	PR	2015
		Oeste do Paraná	IP	PR	2017
	Linguiça	Maracaju	IP	MS	2015
	Açafrão	Região de Mara Rosa	IP	GO	2016
	Goiaba	Carlópolis	IP	PR	2016
	Inhame	Região São Bento de Urânia	IP	ES	2016
	Uvas finas de mesa	Marialva	IP	PR	2017
Erva-mate	São Matheus	IP	PR	2017	
Farinha de mandioca	Cruzeiro do Sul	IP	AC	2017	
Guaraná	Maués	IP	AM	2018	
Amêndoas de cacau	Sul da Bahia	IP	BA	2018	
Socol	Venda Nova do Imigrante	IP	ES	2018	

Fonte: Atualização da tabela de Mascarenhas e Wilkinson, 2016, p.56 (2018).

Quadro 5: Indicações geográficas brasileiras registradas no INPI até julho de 2018.

Classificação	Produto	Denominação	Espécie	Estado	Ano
Bebidas	Cachaça	Paraty	IP	RJ	2007
		Salinas	IP	MG	2012
		Microrregião Abaíra	IP	BA	2014
	Vinho/Espumante	Vale dos Vinhedos	IP	RS	2002
			DO		2012
		Vale das Uvas Goethe	IP	SC	2012
		Pinto Bandeira	IP	RS	2010
		Altos Montes	IP	RS	2012
		Monte Belo	IP	RS	2013
		Farroupilha	IP	RS	2015
Cajuína	Piauí	IP	PI	2014	
Artesanais	Capim Dourado	Região do Jalapão	IP	TO	2011
	Opalas e Jóias	Pedro II	IP	PI	2012
	Panelas de Barro	Goiabeiras	IP	ES	2011
	Peças de Estanho	São João del Rey	IP	MG	2012
	Renda	Divina Pastora	IP	SE	2012
		Cariri Paraibano	IP	PB	2013
		Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	IP	AL	2016
Outros	Tecidos de Algodão	Paraíba	IP	PB	2012
	Calçados	Franca	IP	SP	2012
	Couro Acabado	Vale dos Sinos	IP	RS	2009
	Rocha	Pedra Carijó	DO	RJ	2012
		Pedra Madeira	DO	RJ	2012
		Pedra Cinza	DO	RJ	2012
		Cachoeiro de Itapemirim (Mármore)	IP	ES	2012
	Peixes Ornamentais	Rio Negro	IP	AM	2014
Serviços	Serviços Digitais	Porto Digital	IP	PE	2012
Total de registros nacionais concedidos: 59 (49 IP e 10 DO)					

Fonte: Atualização da tabela de Mascarenhas e Wilkinson, 2016,p.56 (2018).

Atualmente o INPI conta com um total de 59 registros nacionais de indicações geográficas, sendo 32 (54%) para produtos agroalimentares e 11 para bebidas (19%), conforme observado no Gráfico 2. Além dos produtos tradicionais para este tipo de registro, observa-se 7 registros de IG para artesanato, 8 para outros produtos como minerais, calçados e peixes ornamentais, e 1 para serviço.

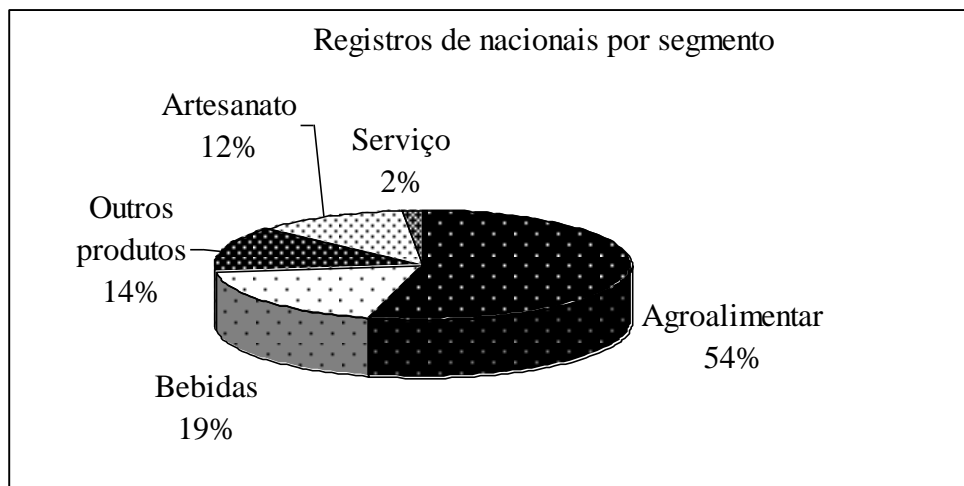


Gráfico 2: Distribuição dos pedidos de registro de nacionais por categoria de produtos e serviços no período de 1997 a julho de 2018.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INPI (2018)

Dentre estes registros nacionais, verifica-se uma maior incidência de registros na espécie Indicação de Procedência (49 pedidos) enquanto apenas 10 para Denominação de Origem, sendo que Vale dos Vinhedos e Região do Cerrado Mineiro possuem registros tanto como IP quanto DO. Como a LPI define IG na forma da de duas espécies, onde a IP se relaciona ao local que se tornou conhecido e a DO ao nome do local cujas características se devem ao meio geográfico, possibilita a ocorrência de casos de sobreposição dos registros, com regulamentos e áreas geográficas específicas para cada espécie.

Na categoria de serviços, o Brasil é um dos poucos países a conceder IG, sendo que até o presente apenas um registro foi concedido, referente a serviços de tecnologia da informação do Porto Digital em Recife, não havendo outros pedidos realizados para esse ramo de atividade econômica. Com relação aos registros estrangeiros reconhecidos pelo INPI até o presente todos são para produto agroalimentar e na espécie DO, seguindo o entendimento da Comunidade Européia que concede este tipo de registro apenas à indicações geográficas para produtos agroalimentares e bebidas alcoólicas. A seguir, o Gráfico 3 mostra o percentual dos registros de indicações geográficas brasileiras para as espécies IP e DO até o momento:

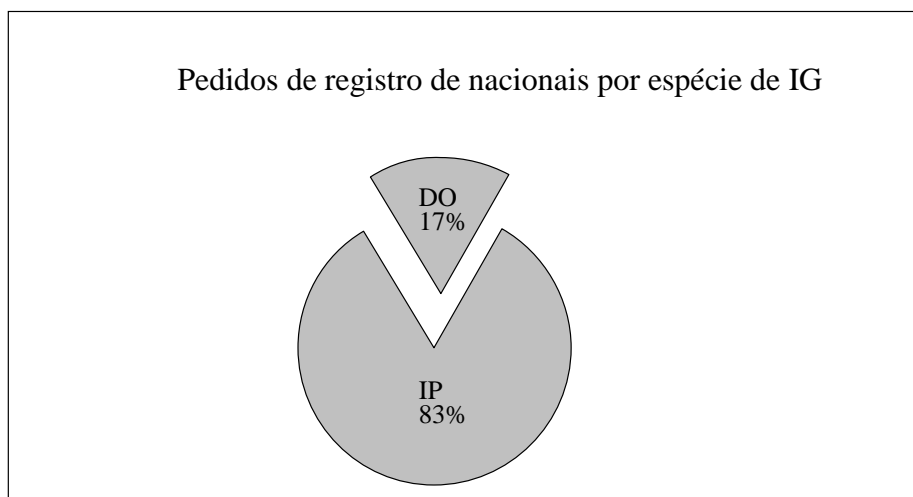


Gráfico 3: Percentual de IGs nacionais entre IP e DO (1997 até julho 2018)
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INPI (2018)

Considerando a distribuição do número de pedidos de registro por região do Brasil, verifica-se uma maior incidência de solicitações na região sudeste, com 21 IGs reconhecidas até julho de 2018, seguida da região Sul (18), Nordeste (13), Centro-Oeste (4) e Norte (3), como demonstrado no Gráfico 4.

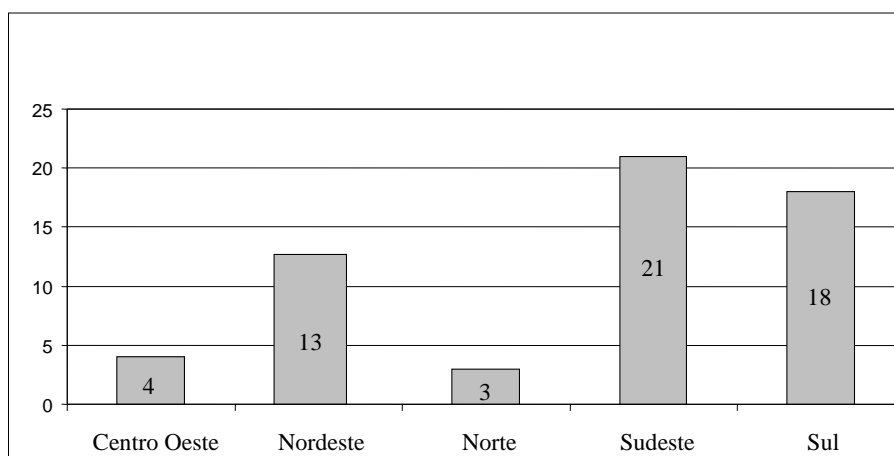


Gráfico 4: Número de registros de IG por região (1997 até julho 2018)
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INPI (2018)

A concessão de registros por parte do INPI somente se intensificou a partir de 2010, obtendo seu ápice em 2012, como mostra o Gráfico 5. Este aumento se deve em grande parte ao melhor aparelhamento da instituição no final de 2010, quanto a recursos administrativos e humanos, o que possibilitou o processamento de vários pedidos de registro então pendentes (DUPIM, 2015). Adicionalmete, destaca-se o trabalho consistente de disseminação e promoção das IGs realizado pelo INPI e instituições parceiras em anos anteriores.

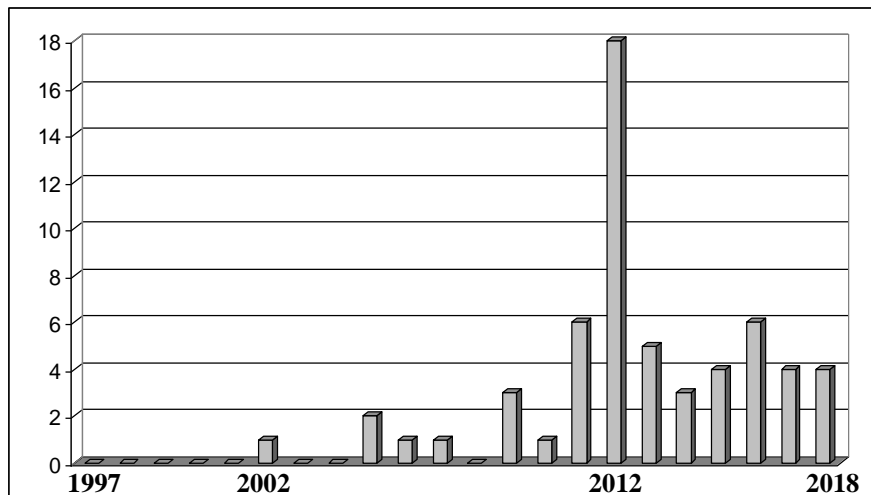


Gráfico 5: Concessão de registros de IGs brasileiras no INPI (1997 até julho 2018)
 Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INPI (2018)

Durante o período inicial de vigência da LPI até 2001, nenhum registro de IG brasileira foi concedido no INPI, conforme aponta o Gráfico 5 acima. Neste período, houve apenas registros de IGs estrangeiras: em 1999 para Região dos Vinhos Verdes de Portugal, e em 2000 para Cognac. A concessão do primeiro registro de Indicação Geográfica nacional foi em 2002, da espécie Indicação de Procedência (IP) Vale dos Vinhedos para tintos, brancos e espumantes. Em 2012 foram concedidos 18 registros para IGs nacionais. De 2013 até 2018, número de registros de IGs nacionais variou de 3, em 2014, a 6, em 2016. No ano de 2018, até final de julho, o banco de dados do INPI contabilizava 4 registros: Colônia Witmarsum (queijo), Maués (guaraná), Sul da Bahia (Amêndoas de Cacau) e Venda Nova do Imigrante (Socol), todos da espécie Indicação de Procedência.

O capítulo seguinte apresenta as principais características do segmento de queijo artesanal na França e no Brasil, incluindo aspectos da legislação e comercialização do produto em cada um dos países estudados.

5. SEGMENTO DE QUEIJO ARTESANAL

5.1 França

Quando o assunto é queijo, o primeiro país que se vem em mente é a França. Seus registros históricos remontam ao século XII com a produção do queijo Laguiole pelos monges franceses. Séculos mais tarde, no ano de 1411, o renomado Roquefort é reconhecido oficialmente pelo rei Charles VI. A história do queijo se associa também à Revolução Francesa, período onde o Camembert foi inventado na região da Normandia (AMARANTE, 2015).

Estes queijos, assim como muitos outros são produzidos até hoje no país. Atualmente, são mais de mil opções de queijos, com grande diversidade de tipos, fabricados com métodos tradicionais e muitos deles à base de leite cru. São queijos feitos com leite de vaca (85%), ovelha (12%) e cabra (3%), possuindo características próprias que dependem dos fatores naturais e do saber fazer local (CNAOL, 2018). A Figura 10 mostra exemplos de queijos franceses e suas regiões de origem.



Figura 10: Cartograma da França com os queijos AOP/IGP
Fonte: Conseil National des Appellations d'Origine Laitières/ CNAOL (2018)

Assim temos, por exemplo, a região da Normandie, que fica a noroeste da França, produzindo os queijos Camembert de Normandie, Pont-L'Évêque, Livarot e Neufchâtel, todos feitos a partir de leite de vaca; a região Aquitaine/Midi-Pyrénées, no sudoeste do país, é local de produção de queijos com leite de ovelha, como o Roquefort e Ossau-Iraty, bem como, de queijos de leite de vaca (Bleu des Causses e Laguiole) e de cabra (Rocamadour). Mais ao leste da França, são produzidos em regiões montanhosas o Comté no Jura, e os queijos Reblochon, Beaufort e Chevrotin na Savoie, região que faz fronteira com a Suíça e Itália.

De acordo com dados da Fédération Internationale du Lait (FIL), apesar da França ser um dos maiores produtores de queijo, com quase 2 milhões de toneladas de queijo produzidos em 2012, é ultrapassada pelos Estados Unidos e Alemanha. Somente os EUA produziram 5 milhões de queijo neste ano. O Brasil neste mesmo ano produziu 700 mil toneladas. Em termos de consumo, porém, a França lidera com cerca de 26,2 kg/hab³⁰, a Alemanha com 24,3 kg/hab, EUA com 14,1 kg/hab e o Brasil com apenas 3,6 kg/hab (FÉDERATION INTERNATIONALE DU LAIT, 2012).

Muitos destes queijos franceses são produzidos há séculos de forma tradicional, utilizando leite cru, não pasteurizado. A França é um dos maiores defensores do leite cru uma vez que afirma que as características particulares de cada queijo, como sabor, textura, aroma e cor (características organolépticas) são obtidas graças aos microorganismos da flora natural existentes nele. Sua elaboração se inicia com a produção do leite seguida de seu processamento, que inclui as etapas de transformação e maturação. É o processo de maturação (*affinage*) que traz à tona as características do leite utilizado e os sabores particulares de cada região, que dependem do gado, da pastagem, do clima e das técnicas empregadas na fabricação (ANDOUET *et al*,2010).

Entretanto, a produção de queijo não pasteurizado, ou feito com o leite cru, requer medidas higiênicas e sanitárias tanto na obtenção da matéria-prima (leite), quanto na fabricação do produto final (queijo) a fim de impedir a contaminação por bactérias patogênicas que causam riscos à saúde humana. É preciso então que se estabeleçam normas sanitárias e que haja um controle durante todo o processo de elaboração, garantindo a inocuidade do produto. Cabe destacar que alguns países como os EUA e norte da Europa adotam legislações sanitárias muito rigorosas, que acabam inviabilizando a produção dos queijos artesanais de leite cru. Segundo Sgarbi (2014), enquanto esses países adotam uma visão de qualidade “anglo-saxônica”, sendo fundamentalmente vinculada às características

³⁰ De acordo com AMARANTE (2015, pg. 151) recentemente a Grécia ultrapassou a França em consumo/*per capita* de queijo.

sanitárias e higiênicas dos produtos, os países “mediterrâneos”, como França, Itália, Espanha, Grécia e Portugal, consideram a qualidade sob um conceito mais amplo, relacionando-a a aspectos sensoriais, valores sociais, éticos, ambientais, vinculados a técnicas e aos processos produtivos.

Dentre os queijos tradicionais franceses, a maioria são feitos à base de leite cru. De acordo com dados do Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios (CNAOL)³¹, em 2016, dos 45 registros AOP que a França possui para queijos, 75% deles são produzidos com leite cru. Os demais queijos com AOP utilizam técnicas de termização do leite, como muitos queijos de cabra, por exemplo, ou mesmo de pasteurização, com fabricação vinculada aos métodos e às práticas tradicionais estabelecidos e descritos no regulamento de uso da AOP.

Vale ressaltar que as regulamentações e normas sanitárias (inocuidade) dos queijos, sejam eles feitos de leite cru ou pasteurizados, seguem princípios básicos de segurança alimentar e devem ser cumpridas independentemente de haver ou não uma Indicação Geográfica. Cerdan *et al* (2014) as consideram como uma *qualidade genérica*, ou seja, um padrão mínimo de qualidade que um produto deve apresentar para ser comercializado no mercado. Possui caráter normativo e os governos devem garantir a segurança, saúde e informação do consumidor.

Conforme Amarante (2015), com relação ao tipo de queijaria, a norma AOC francesa³² prevê 4 tipos, classificadas de acordo com a origem do leite:

- *Fermier* - produtor individual. Queijo elaborado em fazendas ou em cabanas de montanha. Leite apenas proveniente da fazenda, como indica o nome e utilizado cru. Método tradicional.
- *Artisanal* - Produtor individual. Utiliza leite de sua fazenda, mas também compra de outros criadores.
- *Coopératives (Fruitières)* – Laticínio único. Leite de cooperativas
- *Industriel* - Leite de vários criadores

Como se vê, na França o termo “*fermier*” se vincula necessariamente à produção com leite cru e utilização de método tradicional, enquanto “*artisanal*” está ligado à produção individual, com leite da própria fazenda e de outros criadores, mas não menciona ser feito obrigatoriamente de leite cru.

³¹ O CNAOL foi criado em 2002 com a finalidade de defender e promover as Apelações de Origem Protegidas (AOP) de laticínios franceses. É um conselho que reúne os Organismos de Defesa e Gestão (ODG) das AOP de laticínios, representando-as dentro e fora da França. Realizam estudos e estatísticas anuais sobre o tema.

³² *Appellation d'Origine Controlé* ou Apelação de Origem Controlada (AOC) – constitui o registro nacional que é a primeira etapa para obtenção do registro europeu AOP.

Vale destacar que o controle sanitário dos queijos irá incluir tanto a produção de leite, que é sua matéria-prima, quanto a transformação, com as etapas de elaboração e maturação do queijo. O produtor “*fermier*” realiza todas as etapas dentro da sua própria fazenda. Tem seu gado que produz leite, fabricando o queijo também na fazenda, com a maturação realizada em suas próprias caves ou salas de maturação (*affinage*).

Já na produção industrial, as três etapas não precisam acontecer no mesmo local. Neste caso, o leite é comprado de produtores da região, com transformação e maturação realizadas pelo mesmo estabelecimento ou não. A maturação (*affinage*) pode ser realizada dentro da propriedade que transformou o leite em queijo ou também entregue a profissionais especializados (*affineur*), que são prestadores de serviço e que realizam a maturação do queijo, devolvendo ao produtor para posterior comercialização. Ainda há uma outra possibilidade que é a venda da produção para *affineurs* que além da maturação se encarregarão da comercialização dos queijos. Todas estas combinações são possíveis, havendo regulamentação sanitária aplicáveis em cada etapa da cadeia produtiva, como visualizado na Figura 11:

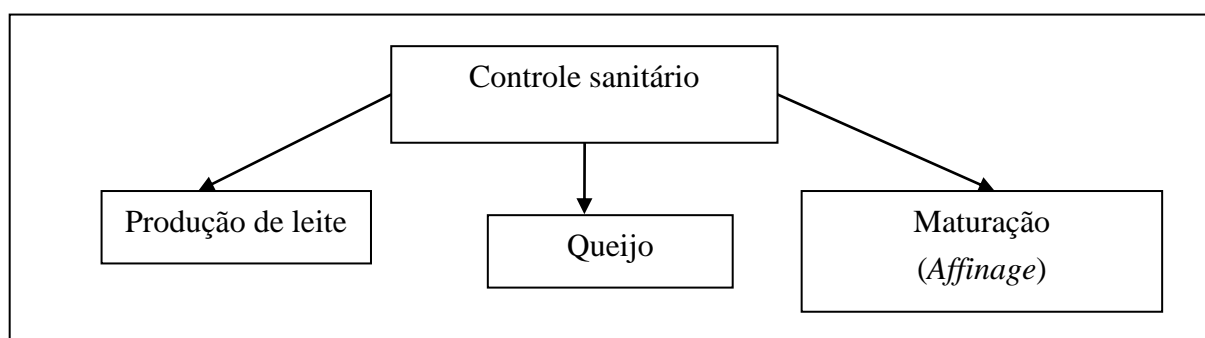


Figura 11: Controle sanitário do queijo AOP/IGP
Fonte: Elaboração Própria a partir de dados do INAO (2018)

Segundo dados do Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios (CNAOL), em 2016, a França contabilizava cerca de 18 mil produtores de leite AOP, um total de 1.248 “*fermiers*” e 382 ateliês de transformação ou de maturação de queijos distribuídos em várias regiões do país. Essa produção de queijos tradicionais AOP representa apenas 10% do total de queijo produzido na França, sendo que o restante (90%) é produção industrial, proveniente de grandes empresas de laticínios.

Legislação e comercialização do queijo

Na França, o Código Rural e da Pesca Marítima (CRPM)³³ em seu livro II, estabelece a regulamentação da segurança sanitária dos alimentos, definindo de forma geral regras e competências para realização do controle sanitário. Existem três autoridades de saúde pública, com departamentos vinculados aos Ministérios da Agricultura, Saúde e Economia: a Direção Departamental do Serviço Veterinário (DDSV), do Ministério da Agricultura e da Alimentação; a Direção Departamental da Saúde do Ministério da Saúde, e, a Direção Geral da Concorrência, do Consumo e da Repressão das Fraudes (DGCCRF), do Ministério da Economia.

Estes três setores se unificaram em um único órgão nacional, o DDPP (Direção Departamental de Proteção das Populações), que é responsável pela política de proteção e segurança alimentar dos consumidores. O DDPP realiza os serviços de controle e inspeção sanitária, de repressão e apreensão de mercadorias. Tem o papel de garantir a proteção econômica e segurança do consumidor, bem como, a higiene e qualidade de sua alimentação³⁴. Participa também da proteção do meio ambiente, da regulamentação das relações comerciais entre as empresas e das boas condições sanitária das fazendas.

Em conjunto com as normas sanitárias francesas, os produtos de origem animal, devem seguir a regulamentação sanitária da comunidade europeia (CE Nº 1069/2009 e CE nº 142/2011)³⁵. Como base jurídica sobre a higiene dos produtos alimentares outros textos regulamentares da CE podem ser citados, como as normas Nº 852, Nº 853 e Nº 882, todas publicadas em 29 de abril de 2004, que fixam as regras específicas aplicáveis; o regulamento CE 20173/2005 que trata dos critérios microbiológicos aplicados aos gêneros alimentícios. Os controles são previstos por estas regulamentações em conexão com as autoridades sanitárias na França, sendo realizados por técnicos dos serviços departamentais interministeriais previstos no país, conforme as condições e exigências estabelecidas nas normas.

Na legislação francesa, destaca-se o Decreto nº 2007-628 de 27 de abril de 2007, relativo aos queijos e especialidades derivadas, bem como, as Portarias do Ministério da Agricultura de 8 de junho de 2006, sobre a aprovação dos estabelecimentos no mercado de

³³ O Código Rural e da Pesca Marítima é um código jurídico francês que faz parte de um conjunto de códigos especializados. Seu primeiro formato como Código Rural foi publicado durante a terceira república francesa (1870-1940) sendo modificado ao longo dos anos. O código em vigor, elaborado por etapas a partir de 1980, se transformou em Código Rural e da Pesca Marítima em 2010.

³⁴ Conforme o Decreto nº 2009-1484 de 3 de dezembro de 2009, art. 5º.

³⁵ Textos regulamentares da CE referenciados no Ministério da Agricultura e Alimentação da França. Disponível em :< <http://agriculture.gouv.fr/les-sous-produits-animaux-et-les-produits-qui-en-sont-derives> > Acesso em mai.2018.

produtos de origem animal, e, a de 18 de dezembro de 2009 relativa às regras sanitárias aplicáveis aos produtos de origem animal e gêneros alimentícios³⁶.

Conforme dados disponibilizados no boletim de atividades de 2017³⁷, a Direção Geral da Concorrência, do Consumo e da Repressão das Fraudes (DGCCRF) atua na França como autoridade de controle e possui ação de seguridade dos consumidores com relação aos produtos comercializados que são avaliados em vários aspectos: composição, etiquetagem e higiene. Conta com agentes técnicos de inspeção distribuídos em regionais, laboratórios para realização de análises químicas e sanitárias de produtos alimentares e ainda possui uma escola de formação.

O controle sanitário realizado para os queijos (leite cru ou pasteurizados) segue então regulamentação francesa e europeia, com inspeção das instalações, procedimentos e respectiva contagem microbiológica, que é específica e normatizada para cada tipo de produto. Para os queijos de leite cru, as exigências e cuidados higiênicos e sanitários são maiores, e esse controle passa pelo monitoramento de qualidade da matéria-prima e dos produtos finais. A França, pela tradição em fabricação de queijos à base de leite cru, possui um trabalho longo a este respeito. Exemplo disso, é que o governo francês oferece tanto o apoio financeiro para instalação da queijaria, quanto uma formação técnica para o agricultor rural. Silva (2011) relata que para poder se instalar e iniciar uma atividade, os produtores rurais precisam de um curso de formação de 2 anos, o que o habilita a receber o subsídio do governo francês para as instalações da queijaria.

Entretanto, a produção de queijo com leite cru na França é ainda motivo de constantes críticas e ameaças. Há uma forte pressão por parte dos grandes grupos produtores de leite que produzem e lucram muito mais na fabricação de queijos com leite pasteurizado, para que se proíba a produção dos queijos tradicionais de leite cru, apoiando-se estrategicamente nas questões de segurança alimentar e da saúde (RICHEZ-LEROUGE, 2017).

³⁶ Extraído do documento « *Information Reglementaire sur la production et la commercialisation des produits fermiers d'origine animale. Fiche N° 5 Producteurs de lait cru, Fromages et Produits laitiers* ». Disponível em < http://draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/reglementation_sanitaire_lait_cru_fromages_F5_cle019e1f.pdf > Acesso em mai.2018.

³⁷ Boletim de atividades 2017 da DGCCRF. Disponível no site < <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/securite> > Acesso em mai.2018.

Essa pressão rumo à pasteurização do leite tomou grande alcance na França a partir da década de 1960. Conforme Delfosse (2007), devido aos problemas do transporte do leite, manejo, rendimento e venda do queijo, muitas indústrias preferiram pasteurizá-lo, sobretudo por aumentarem seus rendimentos financeiros sobre a produção do leite, mais do que por questões sanitárias.

Inhan Matos (2016) em seu estudo destaca que para resolver o problema de gerenciamento da microbiologia, a grande indústria encontrou uma alternativa que por fim, se tornou compensadora. Especialistas explicam que a pasteurização desestrutura elementos no leite e acaba fixando mais água dentro do queijo, aumentando a quantidade produzida. Há um ganho entre 0,5 a 1% de volume que representa milhares de euros a mais no final da produção. Ao mesmo tempo, reconhecem ser complicado e custoso produzir queijo de leite cru em grandes quantidades, sendo mais recomendado para pequenas estruturas como as dos *fermiers*, onde a produção conta com 50 a 60 vacas no máximo.

Uma iniciativa internacional importante de apoio ao leite cru partiu do *Codex Alimentarius*³⁸, o fórum da Organização Mundial da Saúde (OMS) que estabelece padrões internacionais para produtos alimentícios, que endossou em fevereiro de 2003 um reconhecimento do princípio de que os produtos lácteos crus devem participar no comércio mundial. Adicionalmente, o fórum reconheceu que a pasteurização não é o único método para controlar a qualidade bacteriológica desses produtos³⁹.

Na França, a definição de produtos feitos à base de “leite cru” ou “não cru” (pasteurizado, termizado e microfiltrado) é estabelecida pelo Decreto nº 2007-628 de 27 de abril de 2007 que apresenta as características de cada um. O que se entende por produtos à base de leite cru, são aqueles fabricados a partir do leite aquecido no máximo até 40° C, não podendo ser submetido a qualquer tratamento térmico de efeito equivalente. Para os produtos pasteurizados, o leite deve ser aquecido a temperaturas de pelo menos 72°C durante 15 segundos ou outras combinações equivalentes. Com relação ao leite termizado, o mesmo deve pré-aquecido na faixa entre 40° C e 72° C durante 15 segundos. E para o produto elaborado com leite microfiltrado, as temperaturas atingem pelo menos 80° C, aquecido durante 15 segundos.

³⁸ Codex Alimentarius – Fórum da Organização Mundial da Saúde (OMS) Disponível em:< http://www.fao.org/tempref/codex/Publications/ProcManuals/Manual_25f.pdf > Acesso em mai.2018.

³⁹ Extraído do portal do Senado da França. Disponível em: <<https://www.senat.fr/questions/base/2005/qSEQ050517848.html> >. Acesso em mai. 2018.

Num levantamento realizado na base DOOR da Comunidade Européia dos queijos AOP e IGP na França e seus respectivos registros obtidos na França (AOC), constata-se que nem todos são produzidos com leite cru. O tipo de leite é delimitado na documentação do caderno de especificações (*Cahier des Charges/CC*). A maioria exige a fabricação com leite cru e insere de forma clara no CC. Porém, alguns somente delimitam que o leite é de vaca, cabra ou ovelha, deixando em aberto se pasteurizam ou não. Nota-se que num total de 54 registros para os queijos franceses, onde 45 AOP e 9 IGP, cerca de 75% são feitos com leite cru, conforme visualizado nos Quadros 6 e 7:

Quadro 6: Queijos e suas áreas geográficas, datas de registro AOC na França e AOP na UE.

Área geográfica	Queijo	Espécie	Tipo de leite	Data do registro da AOC França	Data do registro da AOP (UE)
Normandie	Camembert de Normandie	AOP	Vaca/ Leite cru	1983	21/06/1996
	Pont- L'Evêque	AOP	Vaca	1972	21/06/1996
	Neufchatel	AOP	Vaca	1969	21/06/1996
	Livarot	AOP	Vaca	1975	21/06/1996
Auvergne	Bleu d'Auvergne	AOP	Vaca	1975	21/06/1996
	Cantal	AOP	Vaca	1956	21/06/1996
	Fourme d'Ambert	AOP	Vaca	1972	02/07/1996
	Saint-Nectaire	AOP	Vaca	1955	21/06/1996
	Salers	AOP	Vaca/Leite cru	1961	15/05/2003
Alsace Lorraine Franche Comté	Bleu de Gex Haut-Jura	AOP	Vaca	1935/AO	21/06/1996
	Comté	AOP	Vaca/Leite cru	1952/AO	21/06/1996
	Mont d'Or	AOP	Vaca/Leite cru	1981	21/06/1996
	Morbier	AOP	Vaca/Leite cru	2000	30/10/2009
	Munster	AOP	Vaca	1969	13/11/1996
Aquitaine/ Midi- Pyrénées	Bleu des Causses	AOP	Vaca/Leite cru	1991	21/06/1996
	Laguiole	AOP	Vaca/leite cru	1961	21/06/1996
	Ossau-Iraty	AOP	Ovelha/leite cru	1980	21/06/1996
	Rocamadour	AOP	Cabra/leite cru	1996	09/01/1999
	Roquefort	AOP	Ovelha/leite cru	1925/AO	25/09/2008

Quadro 6 (continuação)

Área geográfica	Queijo	Espécie	Tipo de leite	Data do registro da AOC França	Data do registro da AOP UE
Bourgogne/ Champagne	Chaource	AOP	Vaca	1970	21/06/1996
	Charolais	AOP	Cabra/ Leite cru	2010	20/06/2014
	Époisses	AOP	Vaca	1991	21/06/1996
	Langres	AOP	Vaca	1991	21/06/1996
	Mâconnais	AOP	Cabra/Leite cru	2006	05/08/2010
Centre / Val-de-Loire	Chavignol	AOP	Cabra	1976	21/06/1996
	Poulligny Saint-Pierre	AOP	Cabra	1972	29/10/2009
	Sainte-Maure de Touraine	AOP	Cabra	1990	15/05/2003
	Selles-sur-Cher	AOP	Cabra	1975	21/06/1996
	Valençay	AOP	Cabra/Leite cru	1998	12/08/2004
Mediterranée	Banon	AOP	Cabra/Leite cru	2003	12/06/2007
	Brocciu Corse	AOP	Ovelha ou cabra	1983	21/06/1996
	Pélardon	AOP	Cabra/Leite cru	2000	05/12/2001
Poitou- Charentes	Chabichou du Poitou	AOP	Cabra	1990	21/06/1996
Rhône-Alpes	Bleu du Vercors-Sassenage	AOP	Vaca	1998	16/03/2001
Auvergne Rhône-Alpes	Fourme de Montbrison	AOP	Vaca	1972	13/10/2010
	Picodon	AOP	Cabra	1986	21/06/1996
	Rigotte de Condrieu	AOP	Cabra/ Leite cru	2009	19/11/2013
Savoie	Reblochon	AOP	Vaca/Leite cru	1976	21/06/1996
	Abondance	AOP	Vaca /Leite cru	1990	21/06/1996
	Beaufort	AOP	Vaca/Leite cru	1968	15/05/2003
	Chevrotin	AOP	Cabra	2002	19/08/2005
	Tome des Bauges	AOP	Vaca/Leite cru	2002	09/05/2007
Thierache-Brie	Brie de Meaux	AOP	Vaca/Leite cru	1980	21/06/1996
	Brie de Melun	AOP	Vaca/Leite cru	1980	21/06/1996
	Maroilles	AOP	Vaca	1976	21/06/1996
Total de queijos AOP: 45					

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Base DOOR/CE (2018)

Quadro 7: Queijos por área geográfica e data de registro IGP na União Europeia (UE)

Área geográfica	Queijos	Espécie	Tipo de leite	Data do Registro UE
Savoie e Rhone Alpes	Raclette de Savoie	IGP	Vaca/leite cru	27/01/2017
Saône-et-Loire Seine-et-Marne	Brillat-Savarin	IGP	Vaca	19/01/2017
Bourgogne /L´Aube	Soumaintrain	IGP	Vaca	14/06/2016
Drôme/Isère /Savoie	Saint-Marcelin	IGP	Vaca/ leite cru	29/11/2013
Isère/ Jura/Doubs/Savoie	Gruyère	IGP	Vaca/leite cru	07/02/2013
Ariège/Haites- Pyrénées, Pyrénées- Atlantiques	Tomme des Pyrénées	IGP	Vaca	21/06/1996
Savoie	Tomme de Savoie	IGP	Vaca/leite cru ou termizado	21/06/1996
	Emmental de Savoie	IGP	Vaca/leite cru	21/06/1996
Isère/Belfort/Savoie/ Haute Savoie/Rhône	Emmental français est- central	IGP	Vaca/leite cru	21/06/1996
Total de queijos IGP: 9				

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Base DOOR/CE (2018)

Em 2016, a produção de queijos na França atingiu cerca de 2,2 milhões de toneladas, englobando os de leite *cru* e *não cru*. Segundo o Instituto Nacional de Origem e da Qualidade (INAO) deste total, 10,5% são de queijos AOP ou IGP, ou seja, cerca de 220 mil toneladas de queijos são tradicionalmente nas regiões de origem. Vale ressaltar que, apesar de representar a maioria, nem todos os AOP ou IGP são feitos de leite cru. Os produtores podem estabelecer no regulamento (*cahier des charges*) a obrigatoriedade ou não, em função das práticas e procedimentos adotados.

Neste segmento, o percentual produzido de queijo AOP/IGP é baixo em relação aos industriais (e pasteurizados). Porém, segundo o INAO (2018), a produção de produtos de origem representa a preservação do patrimônio cultural, do saber fazer local e traz o desenvolvimento econômico e social de muitas regiões francesas. É importante fonte de renda de muitos produtores que produzem, muitas vezes, em áreas geográficas desfavoráveis como nos territórios montanhosos. Por exemplo, a produção do queijo Salers, na região da Auvergne, é principal fonte de receita local, sendo que a maioria dos produtores são *fermiers* e fabricam o queijo utilizando leite cru e técnicas tradicionais descritas e inseridas no *cahier des charges*.

Quanto à receita gerada pelos laticínios AOP/IGP na França, o INAO apontou valores da ordem de 2 bilhões de euros no ano de 2016, um montante significativo alcançado principalmente com a produção de queijo tradicional fabricado pelas regiões em todo o país.

Comercialização dos queijos

Segundo dados do CNAOL (2017), o volume de queijos AOP e IGP comercializados na França foi de cerca de 220 mil toneladas no ano de 2016. Esta produção inclui produtores do tipo *fermiers*, produtores individuais que produzem o queijo com leite proveniente da própria fazenda e utilizam sempre o leite cru, equivalentes aos produtores *artesanais* no Brasil. E além dos *fermiers*, há os produtores de queijo AOP/IGP *não fermiers*, que são produzidos por grande grupos de empresas, organizados em cooperativas ou laticínios únicos, que compram o leite de vários produtores da região.

Do total de 54 queijos (45 AOP e 9 IGP), a Tabela 1 aponta os dez queijos franceses AOP/IGP com maior volume de comercialização no ano de 2016, apresentado de forma decrescente:

Tabela 1: Dez queijos AOP/IGP em maior volume de comercialização na França.

Queijo		Produção total (2016)	Produção <i>fermier</i>		Espécie
1º	Comté	54.390 ton	Não há	0%	AOP
2º	Roquefort	16.631 ton	Não há	0%	AOP
3º	Reblochon	15.972 ton	1.943 ton	12%	AOP
4º	Saint-Nectaire	13.763 ton	7.070 ton	51%	AOP
5º	Cantal	13.722 ton	319 ton	2%	AOP
6º	Morbier	9.732 ton	31 ton	0,3%	AOP
7º	Tomme de Savoie	6.404 ton	575 ton	9 %	IGP
8º	Brie de Meaux	6.362 ton	Não informado	----	AOP
9º	Munster	6.349 ton	784 ton	12%	AOP
10º	Camembert de Normandie	5.549 ton	Não informado	----	AOP

Fonte: Elaboração a partir de dados do CNAOL (2017)

O primeiro da lista, o queijo Comté, fabricado na região de Franche-Comté, no Maciço do Jura, uma cordilheira na fronteira com a Suíça. A produção é toda realizada por pequenos e médios produtores, organizados em cooperativas, que recebem a produção de leite das fazendas para então fabricar o queijo nas queijarias. São cerca de 2600 produtores de leite e 150 queijarias. Cada produtor produz em média 700 litros por dia. O queijo é à base de leite de vaca e deve ser, obrigatoriamente, cru.

Em segundo lugar está o famoso Roquefort, feito com leite cru de ovelha, representando cerca de um terço do volume da produção total do Comté. Também não há produção *fermier*. Sua cadeia produtiva é formada por sete grandes empresas de laticínios, como as empresas Societé e Papillon, por exemplo, e de cerca de mil produtores de leite. É uma grande cadeia em um território muito pequeno (INAO, 2018).

Na França, há apenas dois queijos AOP fabricados exclusivamente por *fermiers*: o Salers, feito com leite de vaca e o Chevrotin, com leite de cabra. A produção *fermier* é bem menor em relação aos produtores de queijo *não fermiers*. Em 2016, foram comercializadas 1.161 toneladas de queijo Salers e 56 de Chevrotin (CNAOL, 2017).

Na Tabela 1, as produções *fermiers* dos queijos Brie de Meaux e Camembert de Normandie não foram informadas pelos produtores. Vale notar que da listagem acima de produtos AOP e IGP, somente os queijos Cantal, Saint Nectaire e Munster não são feitos obrigatoriamente à base de leite cru. Isso se deve ao fato de que nem todos os queijos AOP/IGP são fabricados a partir de leite cru. De acordo com o CNAOL (2017), cerca de 25% do total de registros dos queijos franceses AOP/IGP não apresentam essa obrigatoriedade em seus cadernos de especificações.

5.2 Brasil

A produção artesanal do queijo tem uma história de mais de 300 anos no Brasil – em especial no Estado de Minas Gerais, cujo queijo produzido nas regiões do Serro, Canastra e Serra do Salitre (Alto Paranaíba), em 2008, foi considerado Patrimônio Imaterial Cultural Brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

O queijo artesanal é um produto típico de algumas regiões do Brasil, como em Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Nordeste, e assegura renda e emprego no campo para quem vive nesses locais. A produção de queijo artesanal, a maioria feitos à base de leite cru, é uma prática tradicional familiar que passa de geração em geração, com o objetivo de manter as características particulares do produto, que estão relacionadas ao clima, à pastagem e ao saber fazer de cada região. É realizada em pequena escala e em propriedades familiares que têm o queijo como sua principal fonte de renda.

No Brasil, são muitas as regiões produtoras de queijo artesanal, seja produzido a partir de leite de vaca, cabra, ovelha ou mesmo de búfala, como o queijo Marajó, muito tradicional no Pará. O nordeste se destaca pela produção de queijo artesanal de coalho e manteiga, ambos feitos com leite de vaca, enquanto a região sul tem os queijos serrano e colonial de grande importância e de fabricação centenária no Rio Grande do Sul e Santa Catarina (SANTOS et al, 2016).

A partir do último levantamento realizado pela organização internacional Slow Food⁴⁰ dentro do grupo de trabalho de queijos artesanais no Brasil (GT Queijos), criado em 2011 para promover o consumo dos queijos artesanais de leite cru brasileiros, foi elaborado um mapa com os principais queijos artesanais brasileiros e suas regiões de produção, como pode ser visto na Figura 12:

⁴⁰ Fundado por Carlos Petrini em 1986, o Slow Food se tornou uma associação internacional sem fins lucrativos em 1989. Atualmente conta com mais de 100.000 membros e tem escritórios em diversos países no mundo. Em 2011, a representação do Brasil se insere na campanha internacional em defesa dos queijos de leite cru e cria o Grupo de Trabalho Slow Food Queijos Artesanais (GT Queijos), visando a promoção do conhecimento, valorização e consumo dos queijos artesanais de leite cru brasileiros. Disponível em: < www.slowfoodbrasil.com> Acesso em mai.2108.



Figura 12: Cartograma dos queijos artesanais no Brasil
 Fonte: Slow Food Brasil /GT Queijos (2017)

Dentre os estados brasileiros, Minas Gerais se sobressai pela produção tradicional de queijos artesanais, com queijo sendo produzido na maioria de seus municípios. Regiões como as da Serra da Canastra, do Serro, Vale do Jequitinhonha, Campo das Vertentes, Triângulo Mineiro, Araxá e Salitre produzem o queijo de forma artesanal há várias gerações. O queijo, do tipo artesanal, desempenha um papel marcante na economia das pequenas cidades e dos produtores locais. Produzir queijo é uma atividade essencial do meio rural, enraizada no cotidiano das famílias mineiras que costumam dizer que “fazenda que não tem queijo não é fazenda”.

As estatísticas sobre a produção e consumo de queijos artesanais brasileiros são escassas. Quanto aos dados relativos ao Estado de Minas Gerais, Santos *et al* (2016) afirmam que o número total de produtores de queijo artesanal mineiro é bastante impreciso, uma vez que esta atividade pode envolver diferentes escalas de produção, tanto uma elaboração tipicamente comercial quanto voltada para o próprio consumo. Porém, considerando os dados da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER/MG), em 2004, o Estado de Minas Gerais contava com cerca de 30 mil produtores de queijo artesanal distribuídos em todo o seu território, produzindo em torno de 70 mil toneladas de queijo por ano. Um outro estudo importante, referente aos dados do Censo Agropecuário de 2006, e, publicado no relatório de pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA),

contabilizou 80.825 produtores de queijo no Brasil, com produção de 111.464 toneladas do produto naquele ano⁴¹.

É importante ressaltar que ainda não há uma definição normatizada para queijo artesanal no Brasil. Estudos e pesquisas anteriores, voltados principalmente para o queijo artesanal de Minas, consideraram “artesanal” o queijo produzido com leite cru utilizando técnicas tradicionais, culturais ou regionais. Conforme assinalado pelo historiador Menezes (2000) sobre o modo artesanal de fazer queijo de Minas:

“Por queijo artesanal, entende-se aquele feito de leite cru, que expressa a cultura e a tradição de determinadas regiões, e que em nada lembra o difundido “queijo minas” mirrado e pobre de gosto, produzido com leite pasteurizado, encontrado (e fabricado) de norte a sul”

Em busca de uma normatização para a produção do queijo minas artesanal e a partir de iniciativa pioneira do Estado de Minas Gerais foi publicada a Lei Estadual nº 14.185 em 31 de janeiro de 2002, onde a expressão “Queijo de Minas Artesanal” é definida em seu primeiro artigo:

Art 1º - É considerado Queijo Minas Artesanal o queijo confeccionado conforme a tradição histórica e cultural da região do Estado onde for produzido, a partir do leite integral de vaca fresco e cru, retirado e beneficiado na propriedade de origem, que apresente consistência firme, cor e sabor próprios, massa uniforme, isenta de corantes e conservantes, com ou sem olhaduras mecânicas .

Como vemos, essa definição é específica para o queijo mineiro, não contemplando outras regiões brasileiras produtoras de queijos artesanais, como por exemplo, Marajó no Pará, onde o queijo é feito com leite de búfala, ou mesmo queijos artesanais de leite de vaca de regiões brasileiras fora de Minas Gerais, como os do Seridó (RN), Agreste Pernambucano (PE), Planalto Sul Catarinense (SC) e Campos de Cima da Serra (RS/SC). Observa-se também que pela definição da lei, o leite deve ser retirado e beneficiado na propriedade de origem, ou seja, o leite não pode ser comprado de terceiros e sim deverá ser produzido pelo próprio produtor do queijo. Vale notar que, não há menção ou qualquer associação do termo artesanal ao quantitativo de queijos produzidos na propriedade.

O que é comum para todos os produtores de queijo artesanal é que por serem feitos à base de leite cru, devem adotar regras impostas pela legislação sanitária para continuar a produzir e comercializar este tipo de queijo. Para produzir, os produtores devem adotar um controle sanitário desde a ordenha até a fabricação e transporte de queijo, para evitar o

⁴¹ Relatório de Pesquisa do IPEA: *O Perfil da Agroindústria Rural no Brasil: Uma análise com base nos dados no Censo Agropecuário 2006*. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/relatoriopesquisa/130319_relatorio_perfil_agroindustria.pdf> Acesso em mai.2018.

desenvolvimento de microorganismos patogênicos. Ressalta-se que, o processo de pasteurização do leite, como adotado pela indústria de laticínio, evita transmissão de doenças, mas também reduz ou elimina bactérias lácticas benéficas, os chamados fermentos naturais (as bactérias “boas”) que trazem sabor, textura, aroma ao queijo artesanal (SALES, 2015).

Legislação e comercialização do queijo

A primeira lei sanitária brasileira sobre inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal, lei nº 1.283 de 18 de dezembro de 1950, desconsiderava os queijos artesanais, e tratava o grande estabelecimento industrial da mesma forma que o pequeno produtor rural. Foi neste período que foi estabelecido o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal, o RIISPOA, publicado no Decreto nº 30.691 de 29 de março de 1952, onde as exigências sanitárias impostas seguiam padrões industriais e não artesanais.

As regras de funcionamento e construção dos estabelecimentos, bem como, os utensílios e maquinários utilizados eram voltados para uma produção em escala industrial, sendo inviável para o produtor artesanal. Um dos artigos do RIISPOA (1952) dizia que *“tolera-se o queijo curado, Minas semiduro (tipo Serro), Minas duro (tipo Araxá) e queijo de coalho (tipo Nordeste brasileiro), enquanto perdurar o estado incipiente da indústria do queijo Minas”*, acrescentando em seguida que *“todos estes queijos podem ser rotulado “Queijo Minas”, sem necessidade de especificação de variedade”*⁴². Além disso, o decreto também definiu queijaria como *local destinado à fabricação de queijo Minas*, não incluindo outros tipos de queijo.

Desde 1952 até o presente, foram realizadas inúmeras alterações no RIISPOA, publicadas por meio de decretos, bem como, vários regulamentos, portarias e instruções normativas federais foram publicados com exigências legais baseadas na aplicação de uma legislação industrial para a produção artesanal.

Conforme levantamento realizado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2014), a primeira tentativa de ameaça e risco de extinção da produção de queijo artesanal ocorreu em maio de 2001, onde o Ministério Público Federal, através de denúncias de contaminação de queijos de leite cru, proibiu a produção de queijos artesanais. Os produtores foram obrigados a retirar do mercado seus queijos, uma vez que não atendiam ao RIISPOA, que ignorava produtos feitos a partir do leite cru. Adicionalmente, não havia qualquer lei estadual que amparasse a produção dos queijos artesanais.

⁴² § 1º do Art 928 do Decreto nº 30.691 de 29 de março de 1952.

Diante da ameaça de extinção os mineiros reagiram e uma série de ações foram articuladas por parte dos produtores de queijo, instituições do poder público e da iniciativa privada de Minas Gerais em defesa da produção e do consumo do queijo minas artesanal.

O primeiro marco legal para o segmento partiu do Estado de Minas Gerais, com a publicação da lei Estadual nº 14.185 de 31 de janeiro de 2002, dispondo sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal (QMA) de leite cru. A regulamentação desta lei veio com o Decreto nº 42.645 de 5 de junho de 2002, onde se delimitou as regras de produção e penalidades para os casos de não cumprimento do regulamento.

A lei mineira apresenta as diretrizes gerais das condições higiênico-sanitárias para a fabricação do queijo minas artesanal, prevendo cuidados com a qualidade da água utilizada, a vacinação do rebanho, a instalação da queijaria ou “quarto de queijo”, a embalagem e o transporte até os pontos de venda. Quanto à comercialização do queijo, a lei apresenta as obrigações que os produtores têm que ter, como o cadastramento junto ao Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), sua identificação nos queijos, incluindo a data de fabricação e o prazo de validade do queijo. Fica também especificada a responsabilidade do IMA, sendo a de *fiscalizar periodicamente a produção dos queijos, com a finalidade de assegurar o cumprimento das condições exigidas para a obtenção do certificado de qualidade*⁴³.

É nesta lei também que a definição de QMA está associada ao fato de ser feito à base de leite cru seguindo tradição histórica e cultural da região, conforme mencionado no início do capítulo. A norma legal dispõe sobre as etapas e procedimentos de produção, incluindo a utilização do “pingo”, um diferencial do modo de fazer queijo artesanal mineiro. É este fermento natural, obtido a partir do soro drenado do próprio queijo, que lhe traz características microbiológicas específicas, condicionados pelo tipo de solo, clima e vegetação de cada lugar (IPHAN, 2014).

Após esta lei e decreto, inúmeras portarias do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) foram publicadas⁴⁴, passando a credenciar produtores em conformidade com as medidas sanitárias estabelecidas por essa nova legislação, buscando atender as exigências e tirar da informalidade seus queijos.

Esse processo contou com a participação de instituições como a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER-MG), que ofereceu apoio

⁴³ § 3º do art 3º da Lei Estadual nº 14.185 de 31 de janeiro de 2002 (Minas Gerais).

⁴⁴ Portaria nº 517 de 14 de junho de 2002, estabelecendo normas de defesa sanitária para rebanhos fornecedores de leite para a produção de QMA; Portaria nº 518 de 14 de junho de 2002, dispondo sobre requisitos básicos das instalações, materiais e equipamentos para fabricação de QMA; Portaria nº 523 de 3 de julho de 2002, estabelecendo as Condições Higiênico-Sanitárias e Boas Práticas na Manipulação e Fabricação de QMA.

aos produtores de queijo artesanal para a melhoria das condições sanitárias dos rebanhos e da ordenha, bem como, desenvolveu estudos identificando e agrupando os municípios mineiros produtores do queijo artesanal, delimitando as regiões de acordo com as características técnicas, orgânicas e de consumo.

Foi fundamental a atuação do Instituto Mineiro de Agropecuária – IMA no credenciamento dos produtores nas condições estabelecidas legalmente e, através da EMATER-MG, que o município fizesse parte do Programa de Melhoria do Queijo Minas Artesanal. Este programa organizou os produtores, visando melhoria e padronização do produto, dentro de normas de produção, higiene, comercialização com o intuito na qualidade dos queijos e identificação da origem.

A Secretaria de Estado e da Agricultura de Minas Gerais - SEAPA, por meio do Instituto Mineiro de Agropecuária – IMA e da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais – EMATER/MG, conforme determinou a Lei Estadual nº 14.185 de 31 de janeiro de 2002 e regulamentada pelo Decreto nº 42.645 de 05 de junho de 2002, realizou estudos históricos e edafoclimáticos (solo e clima) para identificar e caracterizar regiões tradicionalmente produtoras do Queijo Minas Artesanal.

Em consequência deste trabalho conjunto, desde 2002 até o presente foram identificadas dez microrregiões no Estado de Minas Gerais, com a demarcação geopolítica dos municípios produtores de queijo artesanal. As regiões demarcadas podem ser visualizadas pelo mapa na Figura 13, que inclui todas as microrregiões delimitadas e publicadas por meio de Portarias do IMA até 2018:

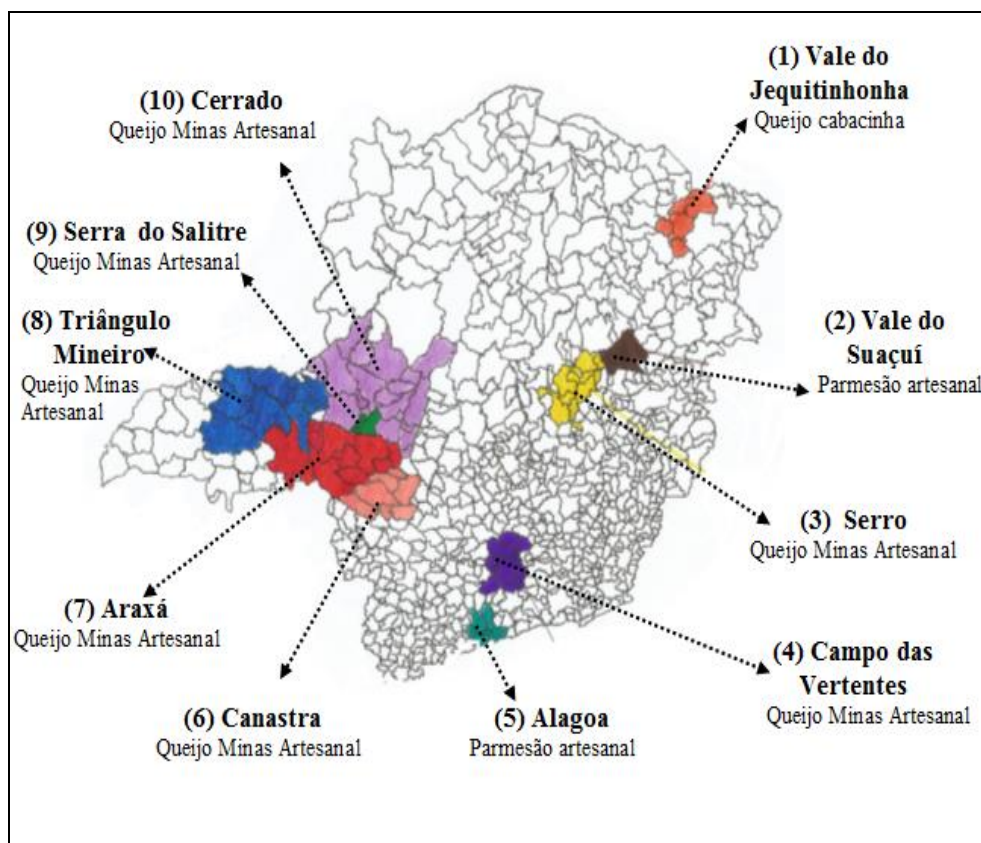


Figura 13: Cartograma do Estado de Minas Gerais com as microrregiões delimitadas pela EMATER/MG

Fonte: Elaboração própria com adaptação e atualização do mapa da EMATER-MG/2015 (2018)

A primeira demarcação realizada foi da microrregião do Serro publicada pela Portaria do IMA de nº546 em 29 de outubro de 2002, composta por 9 municípios. Em 2003 foi publicada a de Araxá (Portaria nº594) e seus 10 municípios, bem como, a região do Alto Paranaíba (Portaria nº 619), que em 2007 passou a se intitular Cerrado (Portaria nº 874).

A demarcação da Canastra (Portaria nº 694) ocorreu em 2004, compreendendo 7 municípios: Bambuí, Delfinópolis, Medeiros, Piumhi, São Roque de Minas, Tapiraí e Vargem Bonita. Um oitavo município foi recentemente inserido na microrregião da Canastra, São João Batista do Glória, conforme dados publicados pelo instituto, em uma área que também faz parte das mesorregiões fisiográficas do Alto São Francisco e Sul (IMA,2017).

As 5 últimas regiões demarcadas, com portarias publicadas todas em 2014, foram Campo das Vertentes (Portaria nº 1.022), Triângulo Mineiro (Portaria nº 1.397), Vale do Jequitinhonha (Portaria nº 1403), Serra do Salitre (Portaria nº 1.428), Vale do Suaçuí (Portaria nº 1427) e o mais recente, a microrregião de Alagoa (Portaria nº 1453).

A maioria destas regiões são produtoras de QMA, onde se desenvolveu o modo de fazer de um queijo “Artesanal tipo Minas”, com uso do “pingo” na receita básica trazida pelos portugueses, e que inclui leite cru, coalho e sal. Porém, como os fatores físico-naturais de cada uma dessas regiões se diferem, somando-se ao próprio modo de fazer queijo, como a manipulação do leite, dos coalhos, das massas, das formas de prensagem, no tempo de maturação (cura), cada queijo tem sua aparência e sabor peculiar. Isso torna uma região diferente da outra, com sua própria identidade cultural e tradição (IPHAN, 2014).

Entretanto, nem todas as regiões demarcadas são produtoras de QMA. Alagoa e Vale do Suaçuí produzem queijo parmesão do modo artesanal, enquanto o Vale do Jequitinhonha é produtor do queijo cabacinha, com processo de fabricação que se diferencia do QMA e que são característicos da cultura destes territórios, com um saber fazer transmitido desde muitas gerações.

Com essa nova legislação estadual, deu-se início a uma série de iniciativas buscando ampliar as perspectivas de mercado e o acesso à direitos e melhorias, como financiamentos públicos e possibilidade de comercializar entre os estados. Neste novo contexto legal, o queijo artesanal do Serro, obteve o registro de Patrimônio Cultural Imaterial de Minas Gerais (IEPHA/MG) em 2002, e, anos mais tarde, em 2008, o Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas das regiões do Serro, Canastra e Serra do Salitre (Alto Paranaíba) foi reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil.

Em 2012, uma nova lei estadual é sancionada em Minas Gerais, revogando a norma legal de 2002 (Anexo II). A Lei 20.549 de 8 de dezembro de 2012, conhecida como a “Lei do Queijo”, dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais, trazendo boa parte do conteúdo da lei anterior, porém incluindo além dos QMA, os queijos cabacinha e requeijão artesanal. A lei prevê também que “*poderá reconhecer como artesanais outros tipos de queijo, com base nos seus processos de produção*”, abrindo espaço para outras variedades de queijo, como os produzidos com leite de cabra e búfala, por exemplo.

A nova lei mantém o entendimento da anterior e considera como queijo artesanal aquele “*produzido com leite integral, fresco e cru, em propriedade que mantenha atividade de pecuária leiteira*”. Estabelece as condições higiênico sanitárias do processo de fabricação, as fases para cada tipo de queijo (QMA, Cabacinha e Requeijão), as exigências das instalações da queijaria, das condições da água utilizada, bem como, define regras para a embalagem, transporte, comercialização e fiscalização da produção dos queijos artesanais.

O Quadro 8 apresenta um resumo das principais normas legais do Estado de Minas Gerais sobre a produção de queijo artesanal:

Quadro 8: Normas legais de Minas Gerais sobre queijo artesanal

Documento	Disposição
Lei Estadual nº 14.185 de 31/01/2002	Dispõe sobre o processo de produção de Queijo Minas Artesanal (QMA)
Decreto nº 42.645 de 05/06/2002	Regulamenta a Lei Estadual 14.185
Portaria do IMA nº 517 de 14/06/2002	Estabelece normas de defesa sanitária para rebanhos fornecedores de leite para produção de QMA
Portaria do IMA nº 518 de 14/06/2002	Dispõe sobre requisitos básicos das instalações materiais e equipamentos para fabricação do QMA
Portaria do IMA nº 523 de 03/07/2002	Dispõe sobre as condições higiênico-sanitárias e boas práticas na manipulação e fabricação do QMA
Lei Estadual N° 20.549 de 18/12/ 2012 (Conhecida como “Lei do Queijo”) > Revoga a Lei Estadual nº 14.185 de 31/01/2002	Dispõe sobre o processo a produção e comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais

Fonte: Elaboração própria (2018)

Entretanto, ainda que permitida a comercialização dentro do Estado de Minas Gerais, para as queijarias cadastradas no Instituto Mineiro de Agropecuárias (IMA), para ser comercializado formalmente fora de Minas Gerais é preciso obrigatoriamente atender a totalidade da legislação federal.

À nível federal, as primeiras leis sanitárias que tratavam de queijo desconsideravam os produzidos de forma artesanal. O regulamento de inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal (RIISPOA), publicado com o Decreto nº 30.691 em 1952, e que dizia em seu art 928º “*tolera-se o queijo mineiro curado*”, foi sendo alterado ao longo destes anos por sucessivos decretos, sendo o mais recente e vigente o Decreto nº 9.013, publicado em 29 de março de 2017. Este novo RIISPOA regulamenta a lei nº 1.283, publicada em 1950, bem como, a lei nº 7.889 de 1989.

Comercialização dos queijos

A competência para realizar a fiscalização da comercialização dos produtos de origem animal, onde se inclui o queijo, é do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), atribuição instituída em 1989 por meio da lei nº 7.889. Adicionalmente, a legislação brasileira define que por ser produto de origem animal, a legalização deve ocorrer em três instâncias: federal, por meio do Serviço de Inspeção Federal (SIF); estadual, com o Serviço de Inspeção Estadual (SIE) e municipal, pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM).

Há então uma delimitação de área de comercialização, ou seja, os produtos legalizados pelo SIM só podem ser comercializados no âmbito do município. Aqueles legalizados com SIE somente dentro do próprio estado e para serem comercializados fora do estado e no exterior, os produtos precisam ter o SIF. Enquanto à nível federal é função do Ministério da Agricultura, para o SIE a competência é das Secretarias Estaduais de Agricultura, ou de órgão vinculados, assim como o SIM, são competentes as Secretarias ou Departamentos de Agricultura dos municípios. No caso de Minas Gerais, o Instituto Mineiro de Agropecuária é o órgão responsável pelo serviço de fiscalização da produção de queijo artesanal, incluindo o credenciamento de produtores em conformidade com as medidas sanitárias (SGARBI, 2014).

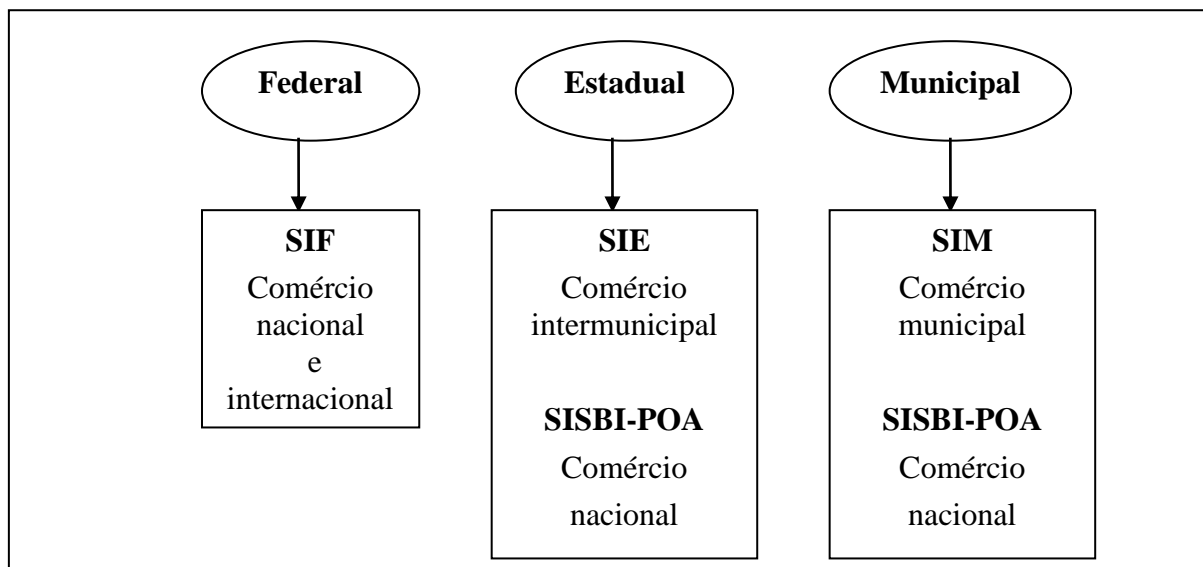
Diante dessa segmentação em selos SIF, SIE e SIM, o Ministério da Agricultura à título de simplificar e criar um único sistema descentralizado de inspeção sanitária implantou no país o Sistema único de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA). Segundo Sgarbi (2014) os procedimentos institucionais para a implantação deste sistema tiveram início em 2006, sendo coordenado pela União, como instância central e superior, com a participação, como instância intermediária, dos estados e Distrito Federal, e dos municípios, como instância local, através de adesão voluntária.

Em específico para os produtos de origem animal, como no caso do queijo, este sistema unificado se chama Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), fazendo parte do SUASA. O SISBI-POA tem objetivo de padronizar e harmonizar os procedimentos de inspeção de produtos de origem animal para garantir a inocuidade e segurança alimentar. Para que os municípios e estados possam atuar no SISBI-POA, é preciso solicitar a equivalência dos seus serviços de inspeção, comprovando que tem condições de avaliar a qualidade e a inocuidade dos produtos de origem animal com a mesma eficiência do Ministério da Agricultura. Para garantir um bom funcionamento, são instituídos gestores estaduais para atuarem como técnicos de referência junto às Superintendências

Federais de Agricultura (SFA), responsáveis pela divulgação e orientação aos serviços de inspeção interessados na adesão ao sistema (MAPA, 2018).

O Quadro 9 apresenta um esquema com os selos e seu alcance no sistema a comercialização de produtos de origem animal no Brasil, conforme estabelecido pelo Decreto nº 5.741 de 30 de março de 2006:

Quadro 9: Selos e alcance comercial dos produtos de origem animal no Brasil



Fonte: Elaboração própria a partir de dados obtidos no MAPA (2018)

Assim, para que o queijo possa ser comercializado legalmente fora do estado, a permissão está condicionada às normas do SISBI-POA, e cabe a cada estado ou município solicitar a equivalência dos seus serviços de inspeção, mostrando que tem estrutura técnica e laboratorial para realizar a fiscalização do produto.

Quanto às normas legais no âmbito federal estabelecidas para delimitação das regras e exigências para produção e comercialização de queijos, o MAPA ao longo destes anos tem elaborado muitas portarias, resoluções e instruções normativas. Neste arcabouço legal citamos alguns exemplos como a Portaria nº 146 de 7 de março de 1996, a Resolução nº 7 de 28 de novembro de 2000, a Instrução Normativa (IN) nº 57 de 15 de dezembro de 2011, a IN nº 30 de 7 agosto de 2013, a IN nº 16 de 23 de junho de 2015 e a IN nº 5 de 14 de fevereiro de 2017, onde o MAPA revoga a IN anterior e dispõe sobre os requisitos para avaliação de equivalência ao Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA) relativos à estrutura física, dependências e equipamentos de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de produtos de origem animal. Nesta última instrução normativa publicada, o enfoque são os estabelecimentos agroindustriais de pequeno porte e seus equipamentos e utensílios

autorizados, incluindo tanto produtores de leite e derivados, quanto produtores de ovos de galinha e de produtos das abelhas e derivados. Com relação ao queijo artesanal, produzido à base de leite cru, há uma única menção em específico, no parágrafo 3º do art 36, dizendo “quando a legislação permitir a fabricação de queijo a partir de leite cru, fica dispensado o uso de equipamentos de pasteurização”.

A primeira legislação do MAPA para o queijo artesanal, publicada em 2000, estabelecia critérios de funcionamento e de controle da produção de queijarias em Araxá, Serro e Canastra (Resolução nº 7 de 28/11/2000). Neste período, o Ministério da Agricultura realizou uma pesquisa em propriedades rurais produtoras de queijos artesanais destas regiões, avaliando as condições estruturais e de boas práticas. Como o resultado alcançado apontava enorme deficiência estrutural e de higiene na elaboração dos queijos, este estudo subsidiou o Ministério da Agricultura a elaboração da referida resolução (MAPA, 2018).

A partir daí muitas outras normas legais foram publicadas, algumas delas estabelecendo regras de flexibilização, outras incluindo exigências difíceis de operacionalização e execução por parte dos produtores de queijo artesanal, criando mais dificuldades na produção e novas barreiras comerciais para o segmento.

Um dos pontos polêmicos quando se trata de queijo de leite cru, é quanto ao período de maturação. À título de segurança sanitária, a legislação federal brasileira estabeleceu em seus decretos e instruções normativas, prazos longos obrigatórios para o processo de maturação, independentes da região de produção do queijo. O que é uma crítica por parte dos produtores que afirmam que por ser feito de leite cru, o seu tempo de maturação (ou cura) varia conforme a região, o clima, pastagem, estação do ano, bem como, aos métodos de prensagem e de fabricação utilizados em cada lugar. Ou seja, contestam que o período de maturação não deveria ser fixado em lei, muito menos em um prazo específico e igual para todas as regiões produtoras de queijo artesanal. Sales (2015) apresenta em seu estudo que a inocuidade e qualidade do queijo artesanal não se restringe ao tempo de maturação mais sim às condições higiênico-sanitárias empregadas e aos métodos de boas práticas adotados pelos produtores em suas queijarias.

Quanto aos prazos estipulados pela legislação, inicialmente a Resolução Nº7 do MAPA em 2000, era de 60 dias, e dizia que “*Excepcionalmente, o queijo Minas pode ser produzido a partir de leite cru; nestas condições, o mesmo só poderá ser comercializado para o consumo após 60 (sessenta) dias de cura ou maturação em entreposto de laticínios registrado no SIF.*”

Já a Instrução Normativa nº 30, de 7 de agosto de 2013 (IN30) elaborada pelo MAPA e ainda vigente, regula a produção e comercialização de queijos de leite cru trazendo somente 5 artigos. Estabelece o prazo de 60 dias para o período de maturação, porém permite prazos inferiores caso haja comprovação com estudos técnico-científicos que esta redução não comprometerá a qualidade e a inocuidade do produto. Acrescenta em seguida no primeiro parágrafo do art 1º que:

“§ 1º - A definição de novo período de maturação dos queijos artesanais será realizada após a avaliação dos estudos pelo órgão estadual e/ou municipal de inspeção industrial e sanitária reconhecidos pelo Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal-SISBI/POA.”

O mesmo entendimento foi mantido na Instrução Normativa Nº 5 de 14 de fevereiro de 2017 (IN5) que regula todos os produtos de origem animal para estabelecimentos agroindustriais de pequeno porte. Apesar desta IN5 quase não falar de queijo, estabelece o mesmo período de maturação que a IN30, com 60 dias, com possibilidade de redução caso haja comprovação científica que justifique esse prazo inferior. Entretanto, a operacionalização desta comprovação é ainda complicada, uma vez que ainda há poucos estudos científicos sobre o período de maturação dos queijos artesanais, bem como, há uma grande carência de estrutura física, laboratorial e de recursos humanos nos municípios e estados brasileiros para realização deste trabalho de comprovação (SGARBI, 2014).

Uma outra questão polêmica na legislação é quanto à proibição do uso de prateleiras de madeira no período de maturação. Porém, na IN5/2017 passa a ser permitido quando diz que “ a maturação de queijos pode ser realizada em prateleiras de madeira, desde que, em boas condições de conservação e não impliquem em risco de contaminação do produto ” (§ 5º do art.36).

E seguindo a mesma linha das IN30 de 2013 e IN5 de 2017, o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), publicado no Decreto nº 9013 de 29 de março de 2017, mantém o prazo de 60 dias sob as mesmas condições, como previsto nos parágrafos 6º e 7º do art 373:

“§ 6º - Fica excluído da obrigação de pasteurização ou de outro tratamento térmico o leite que se destine à elaboração dos queijos submetidos a um processo de maturação a uma temperatura superior a 5°C (cinco graus Celsius), durante um período não inferior a sessenta dias.”

“§ 7º- O período mínimo de maturação de queijos de que trata o § 6º poderá ser alterado, após a realização de estudos científicos conclusivos sobre a inocuidade do produto ou em casos previstos em RTIQ (Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade).”

Ou seja, o prazo legal vigente para o período de maturação é de 60 dias, com a possibilidade de diminuir este tempo, caso se comprove cientificamente que esta diminuição não é prejudicial, podendo causar risco à saúde dos consumidores. Algumas regiões realizaram estudos comprobatórios e reduziram o período de maturação para 22 dias como na região da Canastra, e 18 dias para o Serro, prazos utilizados pelos produtores na produção de seus queijos.

Outro ponto da IN30 que é motivo de discussão é apontado pelo art 2º “*a produção de queijos elaborados a partir de leite cru, com período de maturação inferior a 60 (sessenta) dias, fica restrita a queijaria situada em região de indicação geográfica registrada ou tradicionalmente reconhecida*”. Sgarbi (2014) entende que esta previsão legal acaba por forçar a construção de IGs apenas para formalizar queijarias, autorizando comercialização com prazos inferiores aos 60 dias. Segundo a autora, o processo de inspeção deve ser compreendido de forma diferenciada ao de obtenção da indicação geográfica, onde a primeira está voltada para o reconhecimento das condições higiênico-sanitárias de produção, e a segunda, ao reconhecimento da origem de produtos com características de produção diferenciadas.

O Quadro 10 apresenta um resumo da legislação federal sobre produtos de origem animal, onde são incluídos dispositivos legais para o queijo artesanal:

Quadro 10: Principais normas legais federais sobre produtos de origem animal, inclusive o queijo.

Documento	Disposição
Lei Federal Nº 1.283 de 1950	Dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal
Decreto Federal Nº 30.691 de 1952 (Regulamenta a Lei Nº 1.283/ 1950) (Revogado em 2017)	Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária dos Produtos de Origem Animal (RIISPOA) Art 26º- definição de queijaria (padrões industriais) Art 928º - “tolera-se o queijo mineiro curado”
Lei Federal Nº 7.889 de 1989	Dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal (6 artigos com algumas alterações na Lei Nº 1.283 de 1950)
Decretos Federais <ul style="list-style-type: none"> • Nº 39.093 (1956) • Nº 1.255 (1962) • Nº 1.236 (1994) • Nº 1.812 (1996) • Nº 2.244 (1997) • Nº 6.385 (2008) • Nº 8.444 (2015) • Nº 8.681 (2016) 	Alterações em artigos do Decreto Federal Nº 30.691 (RIISPOA / 1952)
Regulamento do MAPA Nº 7 /2000	Primeira norma legal do MAPA para o queijo artesanal, estabelecendo critérios de funcionamento e de controle da produção de queijarias no Serro, Araxá e Canastra.
Instruções Normativas do MAPA <ul style="list-style-type: none"> • Nº 57/2011 • Nº 30/2013 • Nº 16/2015 • Nº 11/2016 (entrada de prod./ aeroportos) • Nº 5/2017 	Algumas Instruções Normativas dispõem sobre o queijo artesanal de forma direta e outras como a IN5/2017 tratam dos produtos de origem animal como um todo, para estabelecimento agroindustrial de pequeno porte. Nesta IN5, o queijo artesanal é mencionado somente quanto ao “tempo de maturação”, que segue o mesmo entendimento da IN30/2013 (60 dias, com possibilidades de redução a partir de comprovação técnico-científica).
Decreto Federal Nº 9.013 /2017 (Novo RIISPOA – Total de 540 artigos)	Regulamenta a Lei Nº 1.283/1950 e a Lei Nº 7.889/1989
Lei nº 13.680 de 14/06/2018	Trata da fiscalização de produtos artesanais de origem animal. Cria o selo ARTE para classificar os produtos artesanais

Fonte: Elaboração própria (2018)

Diante das lacunas e incongruências das normas legais federais sobre a produção de queijo artesanal, alguns estados brasileiros, seguindo o exemplo de Minas Gerais, elaboraram suas próprias leis estaduais regulamentando a fabricação do produto. O Pará, por meio da Lei

Estadual de Produtos Artesanais (Lei Nº 7.565 de 25 de outubro de 2011) estabeleceu as regras de fabricação do queijo do Marajó, feito com leite de búfala, a partir de métodos tradicionais de produção. Um outro exemplo é a lei nº 17.486, publicada em 17 de janeiro de 2018 pelo Estado de Santa Catarina, que regulamenta a produção e venda de queijos artesanais tradicionalmente produzidos pelas suas queijarias. O Queijo Artesanal Serrano é um patrimônio culinário de Santa Catarina e fonte de renda de muitos produtores da região. Outros estados estão em fase de aprovação de ementas e projetos de lei (PL), buscando a legalização de seus queijos artesanais, como o Rio Grande do Norte para regulamentar os queijos de coalho e de manteiga (PL 159/2016) e Goiás para os queijos meia cura e cabacinha.

Até mesmo o Estado de Minas Gerais, pioneiro no processo de legalização dos queijos artesanais, vem apresentando projetos de lei com vistas à aprimorar o aparato legal já existente. O PL 4631/2017 dispõe justamente sobre a produção e a comercialização de queijos artesanais, propondo alterar normas de funcionamento das queijarias e estabelecer novos parâmetros para a fiscalização. Apresenta também estratégias de incentivo, como a qualificação técnica dos produtores de queijo.

Neste contexto vale destacar também a recente lei nº 13.680 de 14 de junho de 2018, sancionada pelo governo federal sobre a fiscalização de produtos artesanais de origem animal. A nova lei transfere a fiscalização da produção e comercialização de embutidos, queijos de leite cru e méis, entre outros, para os órgãos estaduais, e cria um selo chamado ARTE com a finalidade de classificar esses produtos que terão regulamentação diferenciada. Adicionalmente, determina que a inspeção e a fiscalização da elaboração dos produtos artesanais com o selo ARTE deverão ter natureza prioritariamente orientadora, por parte dos órgãos de saúde pública (ANVISA) dos Estados e do Distrito Federal.

O capítulo seguinte apresenta a descrição da metodologia e as etapas de realização da pesquisa (bibliográfica, entrevistas e análise de dados).

6. METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa de tese foi utilizada a metodologia de estudo de caso. Segundo Yin (2005), o estudo de caso é indicado como estratégia de pesquisa para examinar acontecimentos contemporâneos e quando não se podem manipular comportamentos relevantes, tendo como diferencial a capacidade de lidar com a ampla variedade de evidências: entrevistas, arquivos, documentos, observação, registros históricos, dentre outras.

A exemplo do proposto pelo autor, no estudo de caso procura-se compreender os fenômenos sociais complexos existentes na sociedade a partir da pesquisa dos eventos da vida real, utilizando estratégias de pesquisa de modo a coletar e analisar provas empíricas. Utiliza-se uma abordagem essencialmente qualitativa mas com elementos quantitativos que podem ratificar ou não a percepção dos atores sobre determinados fenômenos.

O presente trabalho pode ser classificado como um estudo de caso exploratório, identificando a estruturação do sistema de proteção por IG no Brasil e na França e o uso deste ativo de PI em duas regiões com forte tradição em produção de queijo artesanal: Canastra, no Brasil, e Camembert de Normandie, na França. A partir de um estudo comparativo, a pesquisa visa mostrar as particularidades nas estruturas de IG de cada país, evidenciando como este ativo de propriedade industrial vem sendo utilizado no segmento de queijo artesanal nestes países, bem como, as principais dificuldades e potencialidades existentes.

Conforme Yin (2005), os estudos de caso exploratórios representam a “estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que” (motivo, razão), quando o pesquisador tem pouco (ou nenhum) controle sobre os acontecimentos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em um contexto da vida real”.

Com frequência essas pesquisas exploratórias envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas com pessoas com experiência ou envolvimento direto com a problemática estudada e, ainda, a análise de exemplos para estimular a compreensão (GIL, 1989).

O presente estudo está inserido dentro da problemática atual de comercialização dos queijos artesanais brasileiros, em uma atividade que engloba predominantemente micro e pequenos produtores rurais que buscam sua sobrevivência na produção e comercialização de queijos artesanais. A pesquisa visa obter um melhor entendimento das barreiras e dificuldades existentes, identificando possíveis benefícios que o uso deste instrumento de proteção pode trazer para a valorização deste produto. O pressuposto é que a IG é uma ferramenta de

fortalecimento do segmento de queijo artesanal e a realização desta pesquisa procura mostrar “como” e “por que” isso acontece. O método de estudo de caso é utilizado, comparando dois queijos tradicionais renomados, de dois países diferentes: um queijo da França (*Camembert de Normandie*) e um do Brasil (*Canastra*).

A França é o país referencial na produção de queijo, com forte tradição e experiência no setor. Da mesma forma, o sistema de proteção francês dos nomes de origem, inicialmente definido como Apelação de Origem, e, depois, como Apelação de Origem Controlada (AOC) influenciou a estruturação do sistema europeu AOP (DOP) e IGP, adotado pelos países da Europa desde 1992. Conforme visto no capítulo anterior, a França até o presente possui um total de 54 registros para o produto queijo, com 45 AOP e 9 IGP, sendo o país europeu com maior número de registros.

Dentre estes registros, um dos mais conhecidos é do *Camembert de Normandie*, queijo de renome dentro e fora da França, produzido a partir de técnicas tradicionais que teve sua origem na cidade de Camembert no final do século XVIII. O registro AOC *Camembert de Normandie* foi concedido na França em 1983 para os queijos *Camembert* produzidos na região demarcada da Normandia, tendo obtido o registro europeu AOP em 21 de junho de 1996.

Muitos trabalhos anteriores que tratam da proteção de nomes de origem, indicação geográfica, *terroir* e em específico sobre a produção de queijo na França foram utilizados como referencial, dentre eles: Sylvander (2005 e 2011) Delfosse (2007 e 2010); Casabianca (2012), Cerdan (2011 e 2014); Marie-Vivien (2010); Audier (1999 e 2008); Vitrolles (2006 e 2009); Lagrange (2007); Monticelli (2007); Bérard (2005); Boutonnet (2015); Brabett (2005); Machenay (2004); Pallet (2005); Belletti (2007 e 2015); Marescotti e Touzard (2015); Auboirone Lansard (1997); Barham e Sylvander (2011); Thevenod Mottet (2011).

No caso do Brasil, até o presente, existem apenas 3 registros de indicação geográfica concedidos para regiões produtoras de queijo: Serro e Canastra, localizadas no Estado de Minas Gerais, ambas como Indicação de Procedência. O terceiro registro, mais recente, é o registro da IP Colônia Witmarsum concedido em 2018 para uma região do Paraná.

Dentre os três registros, o queijo artesanal da Canastra é o mais conhecido no Brasil, adquirindo notoriedade à nível nacional como região produtora de queijo artesanal, com forte divulgação pelos canais de comunicação e referenciada em estudos acadêmicos anteriores como em Sgardi (2014), Inhan Matos (2016), Simoncini (2017), Borelli (2002), Dornelas (2005), Diniz (2013), Barbosa (2007), Silva (2007), Santos (2013), Resende (2010), Dorés e

Ferreira (2012) entre outros. Nestes seis anos após a concessão do registro de IP, a Canastra vem desenvolvendo e divulgando trabalhos e iniciativas junto às instituições e público consumidor, em um cenário que inclui barreiras sanitárias e dificuldades que ameaçam a sobrevivência deste produto que é um patrimônio cultural dos mineiros e dos brasileiros.

Desta forma, para a realização deste trabalho, foram selecionados estes dois queijos tradicionais e de renome no segmento, um para cada país, identificando os sistemas de proteção dos nomes de origem utilizados, a partir do estudo comparativo entre a IP Canastra e a AOP Camembert de Normandie, com objetivo de melhor compreender os mecanismos de utilização destes ativos de Propriedade Industrial (PI) e aproveitar essas experiências internacionais no auxílio aos desafios dos produtores brasileiros. A proposta é entender o sistema de IG de cada país e analisar como e por que este ativo de PI pode ser utilizado como instrumento de valorização do queijo artesanal, tendo como referencial a França, país com maior número de queijos tradicionais protegidos com indicação geográfica.

As principais questões deste estudo são:

- (i) Quais as principais características e diferenças entre o sistema de proteção por indicação geográfica no Brasil e na França ?
- (ii) E em específico para cada uma das regiões estudadas, como as IGs foram implementadas ?
- (iii) Qual é a importância da IG para as regiões da Canastra e Camembert de Normandie, e quais as vantagens e limitações existentes para os produtores e instituições deste segmento ?
- (iv) Além das IGs, existem outros instrumentos de proteção da propriedade industrial sendo utilizados atualmente pelos produtores de queijo artesanal ?
- (v) De que forma as IGs podem contribuir para o fortalecimento do segmento de queijo artesanal ?

Para o referencial teórico da pesquisa, foi realizada uma revisão da literatura com análise de artigos científicos e publicações nacional e internacional sobre indicações geográficas, bem como, um levantamento da legislação nacional e internacional sobre a propriedade industrial e o segmento de queijo artesanal no Brasil e na França. Ao mesmo tempo, foi feito um estudo na documentação oficial de IG em banco de dados nacional (INPI/Brasil) e internacional (Base DOOR da Comunidade Europeia; INAO e CNAOL). Na

parte de pesquisa dos registros de marcas no Brasil e na França foi utilizada a base de dados do INPI de cada país.

Para atingir os objetivos propostos neste estudo, foram utilizados os seguintes procedimentos:

- Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica foi uma atividade paralela às demais durante toda a realização da pesquisa. Foram utilizados dados encontrados em livros, artigos científicos e publicações nacional e internacional sobre indicação geográfica, patrimônio cultural e segmento de queijo artesanal. Realizou-se um levantamento da legislação nacional e internacional sobre propriedade industrial, bem como, das normas e instruções sanitárias dos queijos no Brasil e na França.

- Pesquisa Documental

Foram analisadas a documentação oficial dos registros de indicação geográfica e regulamentos de uso publicados no INPI (Brasil) e os Cadernos de Especificações (*Cahier des Charges*) no INAO (França), em particular os referentes à IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. Foi realizada uma pesquisa nos bancos de dados disponíveis do INPI e IPHAN (Brasil); INAO, CNAOL e INPI (França); Base DOOR (CE).

- Realização de entrevistas e aplicação de questionários

Com base na análise dos documentos, foi possível elaborar os questionários com perguntas abertas. Segundo Yin (2005), o modelo de questionário aberto com respostas dissertativas é utilizado para extrair opiniões e insight sobre o tema, e o respondente está livre para responder da forma que considera adequada.

A elaboração dos questionários seguiu o objetivo central do presente estudo, o de analisar a estruturação do sistema de IG e sua utilização no segmento de queijo artesanal na França e no Brasil. Foram selecionados os principais atores e instituições atuantes no sistema de IG, bem como na produção do queijo artesanal em cada país e efetuado uma pesquisa de percepção sobre as principais características, dificuldades e potencialidades por meio de questionários e entrevistas. Os questionários foram elaborados com 9 questões principais e seus objetivos apresentados de forma clara para os entrevistados.

Desta forma, a pesquisa de campo foi realizada no período de março de 2016 a julho de 2018 com os principais atores relacionados à IP Canastra, no Brasil, e à AOP Camembert de Normandie, na França, de modo a captar a percepção dos diferentes grupos que atuam na gestão, regulamentação, produção e apoio técnico das respectivas IG.

Foram efetuadas 21 entrevistas, conforme detalhado no Quadro 11. Quase todas as entrevistas foram realizadas na forma presencial (somente 4 delas foram por email ou telefone), incluíram visitas às instituições locais e às queijarias nos dois países de estudo.

Quadro 11: Detalhamento das entrevistas e coleta de dados primários nos trabalhos de campo efetuados no período de março de 2016 a julho de 2018.

IG /AOP	Atores relevantes identificados	Nº de entrevistados	Instrumento utilizado	Data	Local
IP Canastra	APROCAN	1	Apêndice II	17/03/2016	São Roque de Minas
				15/06/2018	Por email
	Produtores de queijo	6		17 a 19/03/2016	São Roque de Minas
	INPI	1		19/07/2018	Rio de Janeiro
	IMA	1		08/11/2017	Belo Horizonte
	SFA/MAPA	1		09/11/2017	Belo Horizonte
	EMATER/MG	1			
	SEBRAE/MG	1		14/11/2017	Por email
				22/11/2017	Por telefone
AOP Camembert de Normandie	ODG	1	Apêndice I	15/01/2018	Camembert/FR
				15/08/2016	
	Produtores de queijo	3		16/01/2018	Camembert/FR
	INAO	2		09/08/2017	Joinville/Brasil
				09/01/2018	Paris/por telefone
	CNAOL	2		10/01/2018	Paris
	INPI	1		11/01/2018	Paris

Fonte: Elaboração própria (2018)

De forma a evitar a identificação direta dos entrevistados, foi utilizada tabela de codificação informando o tipo de ator e o número de entrevistas realizadas, conforme organizado na Tabela 2:

Tabela 2: Códigos dos entrevistados nas pesquisas de campo

Entrevistados	Código		Nº
	França	Brasil	
Entidade Representativa dos Produtores	ODG	APROCAN	2
Produtores	PRO-FR	PRO-BR	9
Poder Público	INAO INPI	MAPA IMA ESP/EMATER MG INPI	7
Instituições de apoio	CNAOL	SEBRAE	3
Total			21

Fonte: Elaboração própria (2018)

Para a coleta de dados secundários foram utilizados os bancos de dados disponíveis nas páginas oficiais do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) no Brasil. Com relação aos dados em páginas oficiais francesas, foram feitas pesquisas no Instituto Nacional da Origem e da Qualidade / *Institut National de l'Origine et de la Qualité* (INAO), no Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios/ *Conseil National des Appellations d'Origine Laitières* (CNAOL) e do Instituto Nacional da Propriedade Industrial / *Institut National de la Propriété Industrielle* (INPI). Na Comunidade Europeia foram realizadas pesquisas na Base DOOR.

No banco de dados do INPI (Brasil) foram efetuadas pesquisas sobre o pedido de registro da indicação geográfica selecionada, a documentação e o regulamento de uso respectivo, bem como, sobre os pedidos e registros de marcas relacionadas à produtores da IP Canastra, incluindo pedidos de registro de marca individual e coletiva.

No banco de dados da página oficial do IPHAN foram consultados pedidos e registros de bens culturais imateriais registrados e em processo de registro, com ênfase no registro e na documentação relacionados à IP Canastra.

Nas páginas oficiais francesas do INAO foram realizadas pesquisas sobre o registro AOC/AOP Camembert de Normandie, sua documentação e *cahier des charges*, bem como, de informações adicionais sobre a estruturação do sistema de proteção aos nomes de origem na França.

No CNAOL, instituição francesa que agrupa as associações dos produtores de laticínios AOP, foram obtidos dados e estatísticas do setor, com documentação e informações relacionadas às AOPs na França e em particular à AOP Camembert de Normandie.

No banco de dados do site oficial do INPI (França) foram realizadas pesquisas sobre os pedidos de registro de indicações geográficas de produtos artesanais e industriais, bem como, sobre os pedidos e registros de marcas relacionadas à produtores da AOP Camembert de Normandie, incluindo pedidos de registro de marca individual e coletiva.

Com relação ao banco de dados da Comunidade Europeia, foram feitas pesquisas na base de dados DOOR, realizando levantamento e estudo de documentação dos pedidos e registros europeus AOP, IGP e ETG.

- Análise dos dados

Após coletados os dados primários e secundários, foram realizadas estatísticas descritivas simples, com geração de Tabelas e Gráficos contendo informações do evento analisado de forma a poder verificar padrões e tendências de determinado fenômeno.

Para as entrevistas e análise das perguntas abertas foi utilizada a técnica de análise de discurso, que segundo Bardin (apud Richardson *et al.*, 1999, p. 223) refere-se a um conjunto de técnicas de análise da comunicação visando obter, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção/percepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Para construir a análise, os dados coletados nas entrevistas e nas perguntas abertas foram então digitados, classificados e agrupados em temas, propiciando análises quantitativas e principalmente qualitativas dos dados. As questões e objetivos propostos no estudo nortearam as categorias (ou sentenças) de análise.

Estas análises geraram dados qualitativos e quantificados, que, de acordo com Straus e Corbin (2008), ocorre quando os dados de entrevistas e observações, normalmente associadas aos métodos qualitativos, são codificados de uma forma que permita que sejam estatisticamente analisados.

Porém, como ressalta Lüdke e André (1986, p.49), apenas a categorização não é suficiente para realizar a análise dos resultados:

“É preciso que o pesquisador vá além, ultrapasse a mera descrição, buscando realmente acrescentar algo à discussão já existente sobre o assunto focalizado. Para isso ele terá que fazer um esforço de abstração, ultrapassando os dados, tentando estabelecer conexões e relações que possibilitem a proposição de novas explicações e interpretações.”

Sendo assim, a presente pesquisa, sem a pretensão de ser um estudo exaustivo sobre o tema, é um estudo exploratório, e como tal, sua grande contribuição é apontar possíveis benefícios e desafios no uso da IG como ferramenta de fortalecimento do segmento de queijo artesanal, comparando a estruturação de cada país, no intuito de apresentar sugestões para um maior aproveitamento do sistema de proteção por IG no desenvolvimento do setor.

Os próximos capítulos (7 e 8) apresentam, respectivamente, os resultados obtidos no estudo de caso dos queijos Camembert de Normandie (França) e Canastra (Brasil).

7. CAMEMBERT DE NORMANDIE

7.1 Histórico

A origem de um dos mais famosos queijos franceses, produzido na região da Normandie (noroeste da França), remonta ao período da Revolução Francesa, na pequena comuna de Camembert. Segundo diz a lenda, o queijo teria sido inventado em 1791, por uma fazendeira chamada Marie Harel, com a ajuda de um padre que era proveniente da região onde se fabricava o queijo Brie e que ficou hospedado em sua casa fugindo da revolução. O padre teria ensinado a arte de fazer queijo à fazendeira que contava com matéria-prima de qualidade, como o leite das vacas normandas e as imensas pastagens da região.

De acordo com Auboiron e Lansard (1997), o consumo do queijo Camembert ficou restrito à região até 1850. Porém, depois da construção da via férrea ligando a Normandie à região parisiense (linha Paris-Lisieux-Caen), o queijo passou a ser conhecido na capital. Se antes levavam ao menos 3 dias para chegar ao vale do Pays d’Auge, local de fabricação do Camembert, com o trem em menos de 6 horas já estavam em Paris.

Quarenta anos mais tarde (1890), a invenção da caixa de madeira para acondicionar e proteger o queijo foi um grande marco, e se tornou possível enviar o Camembert para qualquer lugar do mundo. A Figura 14 apresenta o mapa com a localização da região Normandie na França, enquanto as Figuras 15 e 16 mostram, respectivamente, o queijo Camembert e a entrada da cidade de Camembert.



Figura 14: Localização da região da Normandie na França
Fonte: Mérienne (2015)



Figura 15: Queijo Camembert
Fonte: Site institucional da Normandie (2018)



Figura 16: Cidade de Camembert
Fonte: Acervo pessoal (2018)

Originalmente feito de leite cru de vaca, essencialmente da raça Normanda, o Camembert é definido como um queijo de massa mole e casca florida (*pâte molle et croûte fleurie*). É um queijo de altíssima umidade (acima de 55%), típico de regiões com inúmeras pastagens em prados permanentes como as encontradas na Normandie, onde as superfícies repleta de grama representam 60% da superfície agrícola útil. O queijo Camembert tem formato cilíndrico, com dimensões de 10,5 a 11 cm de diâmetro, 250g de peso médio e teor mínimo de gordura de 45%. São necessários cerca de 2,2 litros de leite para se produzir um Camembert de 250g. A vaca normanda (Figura 17) produz leite de alta qualidade, sendo considerado um dos melhores no mundo para a produção de queijos⁴⁵ (MÉRIENNE,2015).



Figura 17: Raça Normanda
Foto: Site institucional da Normandie (2018)

⁴⁵ Uma característica da vaca da raça Normanda é sua cor branca com a presença de manchas espalhadas no corpo, inclusive em volta dos olhos em forma de “óculos” (*lunettes*).

A produção inicial concentrada numa área do departamento de Orne, conhecida como Pays d’Auge, se ampliou para as demais comunas da alta e baixa Normandie, atingindo os cinco departamentos da região (Orne, Calvados, Eure, La Manche e Seine Maritime).

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação e do transporte, o Camembert passa a ser conhecido por toda a França, aumentando muito a demanda pelo queijo. A partir de 1918, houve um crescimento brutal no consumo, pois durante a guerra, os produtores forneceram Camembert para o exército francês, adquirindo notoriedade em todo país. O queijo passa então a ser produzido em outras regiões como na Bretagne, Pays de Loire, Lorraine e Charentes (INAO, 2018).

Em consequência, o nome “camembert” se torna uma designação genérica, ou seja, passa a ser um nome de uso comum que designa um tipo de queijo, e que, portanto, pode ser produzido em todas as regiões da França. Em 1926, por decisão judicial⁴⁶ o termo “camembert” é declarado público, com a obrigatoriedade de menção do local de fabricação.

Somente em 1983, após anos de tentativas judiciais dos produtores da região da Normandie organizados no Sindicato dos Fabricantes do Verdadeiro “Camembert de Normandie” (SCVN / *Syndicat des Fabricants de Véritable Camembert de Normandie*) foi concedido o registro de *Apelação de Origem Controlada* (AOC) ao queijo “Camembert de Normandie”⁴⁷. Este registro garantia que todas as etapas de produção seriam realizadas na área geográfica delimitada na região normanda (o *terroir* do Camembert), sendo feito com leite cru e fabricado de forma tradicional. Assim, a partir do decreto de 31 de agosto de 1983 concedendo a AOC para “Camembert de Normandie”, estabeleceram os métodos de fabricação e as matérias-primas a serem utilizadas pelos produtores da região, com exigências obrigatórias como o uso de concha na etapa de enformagem, descontínua e em quatro passagens, no mínimo; dessoramento espontâneo e acondicionamento em caixas de madeira.

Em 21 de junho de 1996, o registro nacional AOC foi reconhecido como Apelação de Origem Protegida (AOP) pela Comunidade Européia, sob nº FR/PDO/0017/0112, com documentação aprovada seguindo as mesmas especificações do regulamento de uso e área geográfica demarcada da AOC francesa.

⁴⁶ Decisão judicial do Tribunal de Orléans de 20 de janeiro de 1926 (Elementos históricos extraídos no “*Cahier des Charges* da AO “Camembert de Normandie”). Disponível em :< https://www.fromage-normandie.com/userfiles/document/CDC_CamembertdeNormandie_2013.pdf>. Acesso em: 6 de jun.2018.

⁴⁷ Decreto de 31 de agosto de 1983, relativo à Apelação de Origem “Camembert de Normandie”

7.2 Elaboração da documentação

Como visto no capítulo 3 deste estudo, a seleção do conteúdo e redação do regulamento de uso ou *Cahier des Charges/CC* (caderno de especificações) das Apelações de Origem na França são realizadas pelos próprios produtores e operadores dentro da sua cadeia produtiva (*filière*) com a participação de especialistas e técnicos do INAO, a instituição pública que é responsável pela concessão do registro AOC de produtos agroalimentares na França. O pedido de registro de uma AOC junto ao INAO é requerido pela associação de produtores, os Organismos de Defesa e Gestão (ODG). É este documento que será encaminhado para a Comunidade Europeia, base para obtenção do registro à nível europeu como AOP.

A redação do *Cahier des Charges* (CC) é um trabalho conjunto, onde o INAO acompanha todas as etapas com os produtores, incluindo a delimitação geográfica, a redação do caderno de especificações e de um plano de controle. A fiscalização da AOC/AOP é realizada por organismos de certificação a partir dos critérios e condições estabelecidos pelos produtores no CC.

A homologação de uma AOC é feita por decreto. Com relação à AOC/AOP Camembert de Normandie, o Decreto nº 2013-1059 de 22 de novembro de 2013 substituiu decretos anteriores de 1986 e 2008 (nº 2008-984), estabelecendo as condições e o modo de fabricação do queijo, bem como, a zona geográfica demarcada. O seu *Cahier des Charges* (CC), publicado no Jornal Oficial da República Francesa (JORF), inclui 8 itens principais delimitados abaixo:

- 1) Nome do produto: “*Camembert de Normandie*”
- 2) Breve descrição do produto: queijo de massa mole e casca florida, 250g peso mínimo, formato cilíndrico, com 10,5 a 11cm de diâmetro, 45% teor mínimo de gordura; ligeiramente salgado, inicialmente com sabor do leite e suave, se torna mais marcante e frutado com a maturação.
- 3) Delimitação da área geográfica inserindo o nome de todas as comunas incluídas na zona de produção do leite e transformação em queijo: fabricação, maturação e acondicionamento todas devem ser efetuadas na área geográfica demarcada.
- 4) Descrição dos elementos que justificam o vínculo com o ambiente geográfico: declaração de identificação, de controle sobre os produtos; declaração de engajamento no processo de evolução genética do rebanho da raça normanda; declarações para manutenção do

registro, das condições de coleta do leite e elaboração do queijo; do volume de produção; declarações de controle sanitário, tratamento da água e saneamento.

5) Descrição do método de obtenção do produto, incluindo a raça, pastagem, alimentação, leite, transformação, maturação e acondicionamento.

6) Apresentação dos elementos que justificam a ligação com o meio geográfico (especificidades da área geográfica, fatores históricos e naturais; especificidades do produto, vínculos entre a área geográfica e a qualidade/características do produto).

7) Referências da estrutura de controle

8) Elementos específicos sobre a rotulagem e obrigatoriedade do uso do símbolo AOP da União Européia.

A documentação do CC (item 4) estabelece alguns elementos de comprovação que o produto é originário da área geográfica, com declarações obrigatórias a serem fornecidas pelos produtores ao Organismo De Gestão (ODG). São fixados compromissos e responsabilidades sobre muitos aspectos da produção como os instrumentos de produção utilizados, o rebanho e a evolução genética para a raça normanda, dados para o acompanhamento do volume de produção, de acordo com um formulário padrão aprovado pelo INAO e apresentadas anualmente; declaração de instalação de equipamentos para controle da água como a microlfiteragem, se for o caso, bem como, de controle sanitário nas instalações da queijaria.

As áreas de processamento do queijo devem manter à disposição do organismo de controle documentos necessários no ato da fiscalização tanto sobre a produção de leite quanto da transformação em queijo. Com relação às condições de coleta de leite são exigidos dados sobre a origem do leite, as condições de coleta e sanidade do rebanho; inventário anual do rebanho; lista das áreas de pastagens realmente utilizadas; as condições de pastagem ao ar livre com precisão das datas anuais de entrada e saída nos estábulos.

Para a elaboração do queijo o regulamento exige apresentação de documentos como identificação dos produtores que fornecem o leite, volume correspondente e tempo gasto no transporte do leite; número de peças produzidas por fabricação e peças entregues por data; declaração de instalações de aparelhos de microfiltragem, pasteurização ou equivalente, e seus registros de calibração; tempo gasto em cada etapa de fabricação.

Ainda no item 4 do CC sobre os elementos de comprovação, em específico para o controle do produto, fica estabelecido que os queijos são controlados periodicamente por

amostragem pelo organismo de controle, e que devem passar por um exame analítico e organoléptico, incluindo o aspecto visual, táctil e sabor. Estabelecem que as amostras devem ser recolhidas a partir do 21º dia da coalhagem do leite (*empressurage*) para os testes organolépticos e à qualquer momento para exame analítico. Os principais pontos de controle, os valores de referência e os métodos de avaliação são resumidos em um quadro e estão disponibilizados no documento do CC da AOP Camembert de Normandie⁴⁸.

A área geográfica delimitada para a produção do queijo AOC “Camembert de Normandie” inicialmente abrangia os 5 departamentos da região (Manche, Calvados, Orne, Eure e Seine Maritime). Porém, como a produção de queijo no departamento de Seine Maritime foi decrescendo ao longo dos anos até parar por completo, a delimitação foi atualizada para uma área englobando comunas de 4 departamentos (Manche, Calvados, Orne e uma pequena parte do Eure), todas incluídas no área de produção no regulamento de uso (*Cahier des charges*) da AOP “Camembert de Normandie”, conforme mostrado a seguir, no mapa da Figura 18.

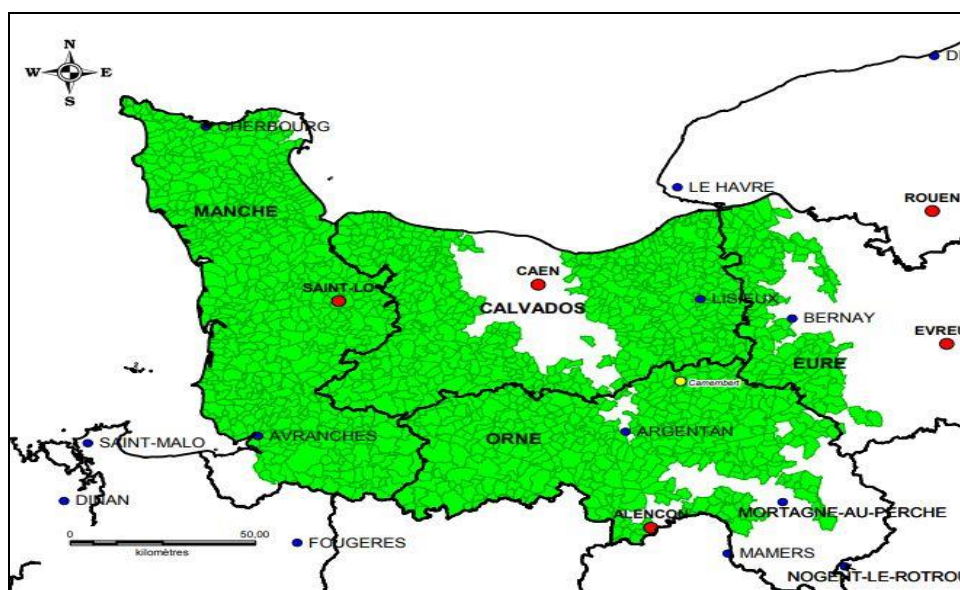


Figura 18: Área geográfica (em verde) da AOP Camembert de Normandie
Fonte: INAO (2018)

⁴⁸ *Cahier de Charges* AOP Camembert de Normandie. Disponível em :< https://www.fromage-normandie.com/userfiles/document/CDC_CamembertdeNormandie_2013.pdf> Acesso em: 7 jun. 2018.

Cahier des charges da AOP Camembert de Normandie

As condições para a fabricação do queijo AOP Camembert de Normandie estão descritas no regulamento de uso denominado *Cahier des Charges* (CC). Neste documento, os procedimentos e matérias-primas são especificados, a região de produção demarcada e o plano de controle definido.

As principais regras estabelecidas no CC para elaboração do queijo AOP Camembert de Normandie são delimitadas a seguir:

- Raça – a partir de 1º de maio de 2017, pelo menos 50% das vacas leiteiras tem que ser da raça Normande.
- Pastagem (*Pâturage*) – pastagem ao ar livre pelo menos 6 meses no ano;
- Alimentação – fora da grama natural do período de pastagem, pode ser dado ração básica em valores limitados ao rebanho, feno, milho, beterraba, cereais ou silagem.
- Leite utilizado – o leite deve ser cru⁴⁹, não podendo ser tratado termicamente a mais de 40°C, nem ultrafiltrado, microfiltrado ou sofrer qualquer tratamento de efeito equivalente⁵⁰.
- Transformação - coalhagem (*emprésurage*) do leite com uso de coalho animal (*présure animale*); possibilidade de corte da massa antes da moldagem; uso de conchas (*louche*) na etapa de enformagem (*moulage*), depositadas nos moldes (*moules*) em pelo menos 5 passagens, com intervalos de pelo menos 40 minutos entre cada uma. Enformagem pode ser manual ou mecanizada. O método tradicional se define com a enformagem manual e a dessoragem espontânea (*égouttage spontané*) nas formas, por um período mínimo de 18 horas. É o peso da coalhada que expelle o soro excedente, mas utilizam placas metálicas para pressionar levemente os queijos. Depois de desenformar são pulverizados com sal, seguindo para uma sala onde se pulveriza com *Penicillium candidum* para a formação do bolor branco da casca (camada branca e aveludada), prosseguindo com a maturação do queijo.
- Maturação (Affinage) e acondicionamento - a maturação é feita em um refrigerador (*hâloir*) a uma temperatura entre 10° C e 18 °C até o acondicionamento. Depois de duas semanas a cobertura branca está formada. Antes de embalar em caixas de madeira, os

⁴⁹ Em 22/02/2018, alterações no *Cahier des Charges* foram negociadas e decididas entre todos os produtores e operadores da cadeia produtiva (*filière*), que aceitaram permitir o uso de leite pasteurizado para o AOP Camembert de Normandie. Disponível em: < http://www.lepoint.fr/economie/camembert-la-bataille-de-normandie-est-finie-22-02-2018-2197180_28.php > Acesso em jun.2018.

⁵⁰ Neste item há uma ressalva que diz que para os locais que fabricam queijo Camembert (pasteurizado) e também queijo AOP Camembert de Normandie (leite cru), as linhas de tratamento do leite para produção, devem ser individualizadas para garantir que o Camembert de Normandie só use o leite cru durante a sua elaboração (item 5.4 do CC /AOP Camembert de Normandie).

queijos podem ser colocados em tábuas de madeira, mas não podem ser embalados antes do 13º dia depois da coalhagem. A comercialização só deve ser feita depois do 21º dia depois da coalhagem (tempo de maturação), para garantir as características organolépticas do queijo.

As etapas do processo de fabricação do queijo AOP Camembert de Normandie delimitadas acima são visualizadas na Figura 19:



Figura 19: Principais etapas do processo de fabricação do queijo AOP Camembert de Normandie. 1: Enformagem manual com uso de concha (*Moulage à la louche*); 2: Após o dessoramento (*Egouttage*) espontâneo, os moldes são retirados 3: Pulverização com sal 4. Refrigerador (*Hâloir*) 5: Maturação (*Affinage*)
Fonte: Livro do Queijo (2015)

7.3 Camembert *Fabriqué en Normandie*

O queijo AOP Camembert de Normandie tem enfrentado nas últimas décadas um sério problema com as grandes indústrias de laticínios instaladas na região que utilizam a designa o “Fabricado na Normandie” para os queijos produzidos em suas fábricas localizadas na Normandie, mas que não utilizam nem as matérias-primas locais nem os métodos tradicionais do Camembert AOP.

Atrás dos rótulos “AOP Camembert de Normandie” e “Camembert Fabricado na Normandie” coexistem dois tipos muito diferentes de produ o: por um lado, o Camembert AOP, que precisa respeitar uma especifica o rigorosa, com leite cru proveniente de 50% das vacas normandas, em uma área geográfica definida (Calvados, Manche, Orne e uma pequena parte do Eure). Essa produ o de Camembert AOP representa entre 5.000 e 6.000 toneladas de queijos por ano (CNAOL, 2017). Por outro lado, o Camembert industrial “Fabricado na Normandie” que não tem restri es de produ o, nem na raça de vaca que produz o leite nem em seus alimentos, pasteurizando o leite para poder exportar os queijos. Sua produ o   de cerca de 60.000 toneladas por ano.

Grandes empresas de laticínios, como a francesa Lactalis, que   o maior grupo de laticínio do mundo, foram responsáveis por essa situa o. O queijo pasteurizado permite a utiliza o de leite de várias procedências e uma produ o em larga escala. Adicionalmente, o Camembert industrial não segue nenhum dos métodos tradicionais de fabrica o, diminuindo ainda mais seus custos e aumentando o volume de produ o em rela o ao Camembert AOP.

Como ressalta a documenta o do *Cahier des Charges* (CC) da AOP Camembert de Normandie, foi principalmente depois da 2  Guerra Mundial que a técnica de pasteuriza o se desenvolveu em toda a França, favorecendo a cria o de unidades de fabrica o de grandes capacidades. Ao mesmo tempo, muitas campanhas incentivadas pela própria indústria de laticínios, questionavam o uso do leite cru, e o associavam exclusivamente aos perigos e riscos   saúde.

Um outro fato importante mencionado no CC   que a partir de 1990, com objetivo de aumentar a produtividade de leite, foram introduzidas as vacas da raça Prim Holstein, diminuindo de forma significativa o quantitativo de vacas normandas na região. Atualmente a raça normanda não representa mais que 40% das vacas leiteiras na Baixa Normandie.

Um marco deste processo pela pasteuriza o ocorreu em 2007 onde duas grandes indústrias da região da Normandie (Lactalis e Isigny-Sainte-M re) se uniram para tentar

modificar o *Cahier des Charges* do Camembert AOP e permitir o uso do leite pasteurizado no processo de fabricação. Os argumentos se fundamentavam na precaução sanitária, mostrado como sendo um elemento essencial para a indústria de laticínio, pela grande quantidade de camembert produzido em suas unidades.

Após muitas discussões e embates entre os produtores de camembert AOP de leite cru e industriais pasteurizados, por decisão do INAO não se alterou o *Cahier des Charges*, mantendo unicamente leite cru na fabricação de Camembert AOP, bem como, se estabeleceu que a partir de 1º de maio de 2017, pelo menos 50% das vacas leiteiras deveriam ser da raça normanda (RICHEZ-LEROUGE, 2015).

Porém, a grande confusão para o público consumidor se mantém com a expressão “Fabricado na Normandie” nos rótulos das embalagens do camembert. Apesar de serem produzidos na região da Normandie, estes queijos podem ser feitos de leite pasteurizado, proveniente de qualquer raça de vaca leiteira e sem respeitar os procedimentos ou métodos de fabricação estabelecidos no CC. A expressão começou a ser utilizada pelas indústrias locais que se instalavam na região da Normandie e que passaram a usar a indicação da localização em destaque.

Desta forma, a coexistência destas etiquetas é hoje um dos grandes problemas discutidos pelos produtores AOP Camembert e motivo de constante pressão, de ambas as partes, junto ao governo francês. Conforme o presidente da ODG “AOP Camembert de Normandie” enfatiza, utilizar essa expressão nas embalagens do camembert industrial é se aproveitar comercialmente da notoriedade dos queijos com AOP e destaca: “*um camembert sob a designação de “Fabriqué en Normandie”, pode ser feito de leite em pó de vacas neozelandesas, se quiserem.*”

Os representantes dos produtores AOP exigem também que se aplique o que é previsto no artigo 13º do Regulamento nº 2.081/92 da Comunidade Européia sobre produtos agroalimentares, onde se estabelece que a AOP proíbe toda utilização direta ou indireta de um nome já utilizado para produtos protegidos, “*na medida que sua utilização possa tirar proveito da reputação do nome protegido e induzir o público em erro*”. E o termo “Normandie” por estar protegido pela AOP não pode, portanto, ser utilizado por produtores que não respeitem as obrigações da apelação de origem.

7.4 Pesquisa de percepção com os principais atores envolvidos

Conforme verificado na pesquisa bibliográfica e documental, os principais atores atuantes na gestão, estruturação e apoio da AOP Camembert de Normandie identificados são o Instituto Nacional da Origem e Qualidade (INAO), responsável pela regulamentação e concessão de registros AOC, etapa nacional para obtenção do registro europeu AOP; o Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios (CNAOL) que representa as ODG de laticínios na França, e realiza estudos e estatísticas do segmento; a entidade representativa dos produtores ou Organismo de Defesa e Gestão (ODG) e os produtores. Adicionalmente, é feito um levantamento sobre os registros de marcas dos produtores da AOP Camembert no INPI, com intuito de se buscar um melhor entendimento dos mecanismos de proteção de propriedade industrial utilizados pelos operadores do setor e as interações existentes com o INAO.

Foram efetuadas entrevistas com representantes de cada grupo, como descrito no Quadro 11 do Capítulo 6. A elaboração dos questionários se fundamenta nas teorias e hipótese relacionadas ao tema de pesquisa, com a formulação de perguntas abertas aos entrevistados direcionadas às atribuições e responsabilidades específicas, conforme disponibilizados no Apêndice I.

7.4.1 INAO

Na França, o INAO é a instituição responsável de aplicar a política dos signos de identificação de qualidade e de origem para produtos agrícolas, agroalimentares, florestais e do mar. É um órgão público submetido ao Ministério da Agricultura, Agroalimentar e Florestal encarregado pelos signos AOC, AOP, IGP, ETG, bem como, Label Rouge e AB, para os produtos orgânicos.

Como vimos no Capítulo 3, a concessão do registro AOC pelo INAO é a etapa nacional para a obtenção do registro AOP/IGP junto à Comunidade Européia. Desde 1992, o INAO segue o procedimento europeu de proteção dos nomes de origem de produtos agroalimentares, estendido aos vinhos e bebidas espirituosas somente em 2009. E uma vez registrada ao nível europeu, os produtos devem obrigatoriamente utilizar os signos AOP/IGP nos rótulos⁵¹, com exceção dos vinhos que ainda podem utilizar o signo francês AOC.

⁵¹ A partir de 1º de janeiro de 2012 (Regulamentação / CE). Disponível em: < <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-controlée>> Acesso em jun.2018.

O INAO tem como missão propor o reconhecimento de produtos suscetíveis de se beneficiar de um signo de qualidade e de origem e conceder os registros respectivos. Também de reconhecer os Organismos de Defesa e Gestão (ODG), revisar os regulamentos (*Cahier des Charges*), assim como, de aprovar e avaliar periodicamente os organismos independentes responsáveis pela verificação do cumprimento das especificações. Adicionalmente, cabe ao INAO contribuir na defesa e promoção dos signos de identificação da qualidade e origem e qualidade, tanto na França quanto no exterior.

A instituição conta com cerca de 260 funcionários que acompanham os produtores antes e após a obtenção do registro oficial de identificação de origem e qualidade. É financiada parcialmente (70%) pelo Ministério da Agricultura, sendo o restante oriundo de taxas cobradas à indústria. Com sede em Paris, possui escritórios regionais distribuídos em 8 regiões da França: a) Nordeste, b) Centro-Leste, c) Sudeste, d) Occitânia, e) Aquitânia Poitou-Charentes, f) Auvergne-Limousin, g) Oeste e h) Val de Loire. Essas regionais, mostradas na Figura 20, orientam e acompanham os produtores locais durante todo o processo de reconhecimento dos signos de origem e qualidade (INAO, 2018).

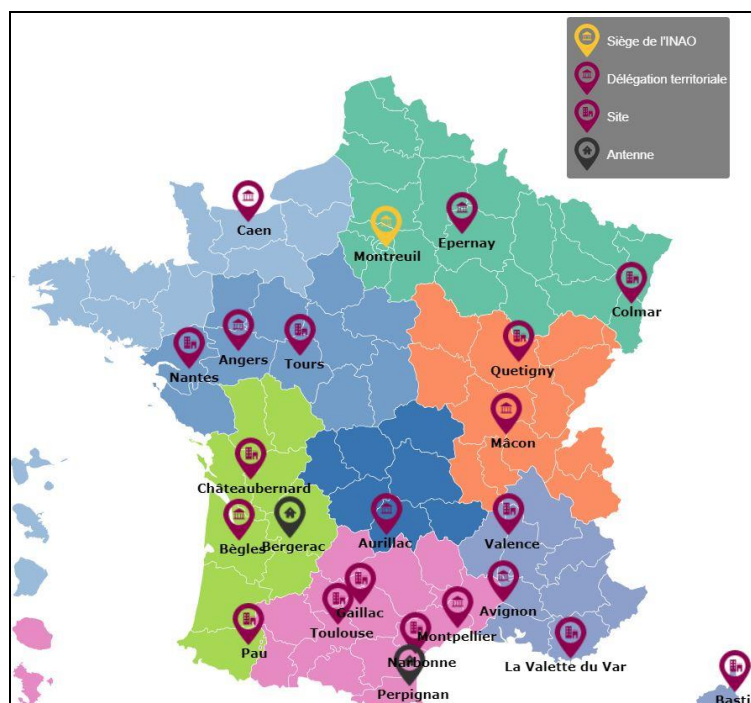


Figura 20: Escritórios regionais distribuídos em oito regiões do país
Fonte: INAO (2018)

Para uma melhor compreensão sobre o papel do INAO, suas ações e formas de atuação para os produtos AOC/AOP na França, foram realizadas entrevistas com responsáveis do setor de delimitação geográfica da instituição e da representação regional que atua na AOP Camembert de Normandie.

Os resultados das perguntas elaboradas nos questionários (Apêndices Ia e Ib) foram organizados por tópicos e descritos na forma corrente abaixo:

Função e responsabilidades

O entrevistado (INAO1) atua no setor *Territórios e Delimitação* que inclui tanto a supervisão dos procedimentos referentes à delimitação geográfica dos produtos agroalimentares (vinhos, laticínios e outros), quanto à proteção territorial. O trabalho referente aos *Territórios* consiste em avaliar os impactos que uma determinada obra ou instalação industrial possa causar em uma área com produto AOP. Cabe ao INAO analisar os efeitos na região, e, caso considere prejudicial, se opor à construção.

O segundo entrevistado (INAO2) é da regional que engloba os produtos AOP e IGP da Normandie e da Bretanha. A equipe do INAO que trabalha com estas duas regiões conta com profissionais especializados, com perfil voltado para as *filières* (cadeias produtivas de laticínios e de outros produtos agroalimentares), como engenheiros agrícolas e agrônomos, distribuídos nos escritórios de Nantes e Caen. Um total de 12 funcionários permanentes trabalham na regional oeste.

Papel do INAO e procedimentos para obtenção de AOP/IGP

Com relação ao papel do INAO e os procedimentos de obtenção do registro AOP, é ressaltado pelo entrevistado (INAO1) que as demandas são entregues nas delegacias regionais (DT) pelos produtores organizados em associações. Na documentação consta um projeto de regulamento de uso (*Cahier des Charges*) e uma delimitação prévia de área geográfica. O dossiê tem que ter os elementos de controle, apresentando também as etapas de controle. O INAO faz uma primeira análise da documentação. Uma vez completo, é encaminhado ao Comitê Nacional da *filière* específica do produto. Será então nomeado uma Comissão de Pesquisa (*Comité d'Enquête*), com membros do Comitê Nacional e que conta também com a participação de produtores de AOPs de outras regiões da França, convidados a colaborar no processo.

“Esta comissão de pesquisa vai ao local e fala com os produtores. A ideia não é ver se o produto é bom ou não, e sim ter uma troca, ver se a demanda corresponde a política e a doutrina dos comitês nacionais de reconhecimento das AOCs. Por exemplo, imagine que os produtores coloquem que a sua raça de gado é muito específica, só tem naquela região. Mas os produtores propõem apenas 10% dessa raça no *Cahier des Charges* (CC). Aí essa comissão pode dizer aos produtores que colocar somente 10% no CC não é suficiente e que os comitês nacionais poderão fazer exigências quanto a isso, que o valor tem que ser maior..... aí podem sugerir aos produtores de colocarem mais de 10% da raça. O mesmo sobre a alimentação do gado, a proveniência do feno é um item importante. O comitê de pesquisa pode argumentar sobre o percentual de feno que vem da área geográfica e o que vem de fora”. (INAO1)

“O comitê nacional irá se reunir 3 ou 4 vezes ao ano. Os integrantes nomeados no comitê nacional não são pessoas que são permanentes no INAO, eles tem outras atividades profissionais também. Eles são nomeados integrantes do comitê e além disso vão integrar a comissão de pesquisa, se deslocando até as áreas requerentes dos registros AOP/IGP.” (INAO2)

Os entrevistados realçam que o trabalho é realizado em conjunto entre os serviços do INAO, a comissão de pesquisa e os produtores locais. Vão verificar juntos os critérios técnicos especificados e questionar a inserção de cada item.

“Os profissionais do INAO trabalham em conjunto com os produtores na redação do *Cahier des Charges*, definindo as condições de elaboração de seus produtos e realizando a delimitação geográfica. Os produtores fazem as proposições e o INAO dá assessoria, dizendo o que é possível... Os agentes do INAO fazem também questões para melhor definir as etapas.” (INAO2)

Quanto à delimitação da área geográfica, o entrevistado (INAO1) destaca que os agentes do INAO, juntamente com especialistas externos (geógrafos, historiadores e outros profissionais) vão definir os critérios técnicos para a demarcação do território (solo particular/história/...). Estes técnicos e especialistas externos são essenciais neste processo, pois por serem isentos e independentes dos produtores, os mesmos aceitam melhor as decisões de inserção ou retirada de uma comuna ou zona geográfica.

“Os produtores começam a definir as áreas que devem entrar na delimitação. Um exemplo: eles podem sugerir 10 comunas cada uma com 1 produtor.... aí os especialistas notam que tem outras 3 comunas ao lado que tem todas as características naturais e que atendem perfeitamente as condições, e também que 2 outras comunas, que apesar de não atenderem totalmente as condições naturais, historicamente sempre fizeram o mesmo produto, com a mesma raça... os especialistas podem então argumentar de também incluir estas comunas...assim, ao invés de 10 seriam 15 comunas”. (INAO1)

Os entrevistados ressaltam que o projeto de *Cahier de Charges* (CC) engloba de fato 3 partes: (i) a redação do documento com a descrição das matérias-primas e métodos de fabricação utilizados; (ii) a demarcação área geográfica; (iii) o plano de controle, com os

elementos e etapas de controle. Após a conclusão do trabalho, a comissão de pesquisa apresentará o projeto do CC ao Comitê Nacional que então irá votar.

A delimitação geográfica é uma etapa que pode ser muito demorada, pois há uma correlação entre o processo de elaboração do produto e as áreas inseridas na demarcação. Destacam que não tem uma estatística precisa do tempo gasto, mas que todo processo para a concessão de uma AOC frequentemente leva pelo menos cinco anos.

“A parte da delimitação geográfica é demorada. Requer ir até o local, ver as práticas utilizadas, a geografia, os fatores naturais. Esta etapa é feita em paralelo à redação do CC, pois a delimitação se apóia no CC ao mesmo tempo que o CC se apóia na delimitação, para saber o que vai ser integrado e quais práticas serão incluídas.” (INAO2)

As regionais do INAO são encarregadas de pedidos de registros AOP, mas também de IGP. Conforme a regulamentação europeia, para a AOP todas as etapas acontecem dentro da área geográfica, enquanto na IGP, pelo menos uma das etapas deve acontecer dentro da área demarcada.

“Para as IGPs, a matéria-prima pode não ser originária da área geográfica. Ou então, a fabricação pode ser realizada fora da área geográfica. Os registros IGP acontecem muito quando a proveniência da matéria-prima é muito vasta por exemplo. Não podemos delimitar uma área geográfica muito vasta. O regulamento europeu exige que haja uma só área e não pode ter várias áreas de dimensões variadas. No caso da cidra da Bretanha, as maçãs são produzidas dentro da região da Bretanha mas o condicionamento é feito fora. Outro exemplo é a IGP Gruyère, que é um caso de produção transfronteiriça pois parte da região está na França e a outra na Suíça.” (INAO2)

Sistema de Controle

Conforme os entrevistados, a documentação tem que apresentar um plano de controle, todas etapas e os elementos que serão controlados (matéria-prima, fabricação, embalagem...). O INAO indica nomes de possíveis organismos certificadores, todos acreditados pelo Comitê Francês de Acreditação (COFRAC). Mas cabe ao ODG escolher qual organismo fará o controle do seu produto AOP/IGP.

O plano de controle é redigido e estruturado pelo organismo de certificação, sendo elaborado ao mesmo tempo que o CC. Após a conclusão, a aprovação do plano de controle é submetida ao diretor do INAO.

“O INAO supervisiona para ver se tudo funciona bem mas são os organismos independentes de certificação que fazem o controle. Os planos de controle incluem as medidas de autocontrole realizadas pelos próprios produtores, que devem registrar suas práticas, assegurando a rastreabilidade e o respeito ao caderno de especificações (*Cahier des Charges*)... além do autocontrole, devem adotar medidas de controles internos, sob a responsabilidade dos ODG da AOP/IGP, e, as medidas de controle externo, realizadas pelos organismos de certificação. Para o caso das AOPs o plano de controle ainda deve determinar como serão realizados os exames organolépticos, definindo os laboratórios responsáveis.” (INAO1)

Há então três níveis de controle: autocontrole, controle interno e externo. Um resumo esquematizado da estrutura de controle para os queijos AOP/IGP e principais agentes envolvidos pode ser visualizado a seguir (Figura 21):

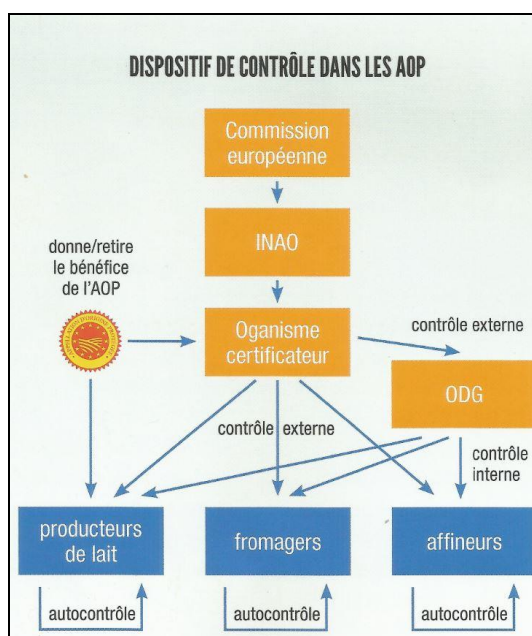


Figura 21: Dispositivos de controle nos queijos AOP
Fonte: CNAOL (2018)

O entrevistado acrescenta que os custos dos controles realizados pelos organismos de certificação são arcados pelos produtores e operadores da AOP/IGP. E esse custo aumenta se as regras delimitadas no caderno de especificações forem mais restritas e rigorosas.

Em específico para a AOP Camembert de Normandie, a entrevistada (INAO2) delimita que o controle é feito pela certificadora CERTIPAQ:

“O plano de controle da AOP Camembert de Normandie foi elaborado pela CERTIPAQ. Ao se elaborar o plano, o organismo de controle foi até os produtores de leite e às empresas que fabricam o Camembert AOP para detalhar todos os procedimentos e matérias-primas, ou seja, os elementos e as etapas de controle. Depois do plano pronto, submetem ao diretor do INAO para aprovação.” (INAO2)

Quanto ao custo e a frequência de controle para o Camembert AOP, destaca que os produtores se cotizam e pagam anualmente uma parcela do valor total. Num sistema de mutualização do custo de controle. Este valor varia de 300 a 400 euros por controle. Os *fermiers* são controlados anualmente enquanto os produtores de leite a cada 3 anos. Acrescenta que não há subvenção prevista para financiar o controle.

Cadeia produtiva (*filière*) AOP Camembert de Normandie

Conforme o entrevistado (INAO2) destaca, a *filière* da AOP Camembert de Normandie é constituída pelos produtores de leite (*producteur de lait*) e transformadores, que englobam os *fromagers* (os que fazem o queijo) e os *affineurs*, os que maturam (curam) o queijo.

O termo “camembert” é genérico mas “Camembert de Normandie” obteve registro AOC em 1983 na França, e, registro europeu AOP em 1996. Porém, a apresentação como AOP nos rótulos dos produtos agroalimentares, com exceção do vinho, se tornou obrigatória somente a partir de 2008.

Em termos quantitativos, atualmente conta com cerca de 500 produtores de leite AOP, e 11 empresas transformadoras em queijo (*fromagers e affineurs*). Deste total, apenas 2 são “*fermier*”, ou seja, pequenos produtores que produzem do início ao fim o queijo na própria propriedade, a partir do leite cru. Os demais são empresas (médio e grande porte), que compram leite dos produtores locais e transformam em queijo em suas instalações. Dentre estas, há ainda as que produzem tanto o AOP Camembert de Normandie quanto o camembert normando pasteurizado (industrial), colocando no rótulo o dizer “Fabricado na Normandie”, numa proporção 5% de queijo AOP e 95% sem AOP.

“Os grandes produtores da região apontam que a fabricação em maior volume de camembert pasteurizados (industriais) permite manter financeiramente os camembert AOP que tem um custo maior de produção.” (INAO1)

Relação entre INAO, ODG e Organismo de Controle

Quanto ao tipo de relação entre ODG e o INAO, os entrevistados avaliam que o INAO é o principal interlocutor do ODG. Os agentes regionais do INAO vão “*seguir a vida da AOP*”, acompanhando e dando suporte aos produtores. As modificações do caderno de especificações (*Cahier des Charges*) passam pelo INAO, bem como, questões e divergências com os organismos de controle. O INAO e o ODG se reúnem pelo menos uma vez ao ano, e na assembleia geral do ODG (reunião técnica), o INAO está presente. Adicionalmente todos os anos tem uma reunião entre INAO, ODG e Organismos de Controle.

“O INAO está presente nas assembléias gerais do ODG e às vezes no conselho de administração. Ao longo da vida das AOP/IGP podem surgir questões, sobre a execução do controle, sobre o ODG, a proteção do nome. São os ODGs que tem a missão de defender o nome geográfico, a defesa do *terroir*. Então a relação do INAO e ODG é uma relação constante. O INAO são os interlocutores habituais do ODG.” (INAO2)

A supervisão dos organismos de controle é feito pelo INAO, que verifica as documentações e os procedimentos realizados por eles. A Figura 22 mostra um esquema resumido da interação entre INAO, ODG e Organismo de Controle:

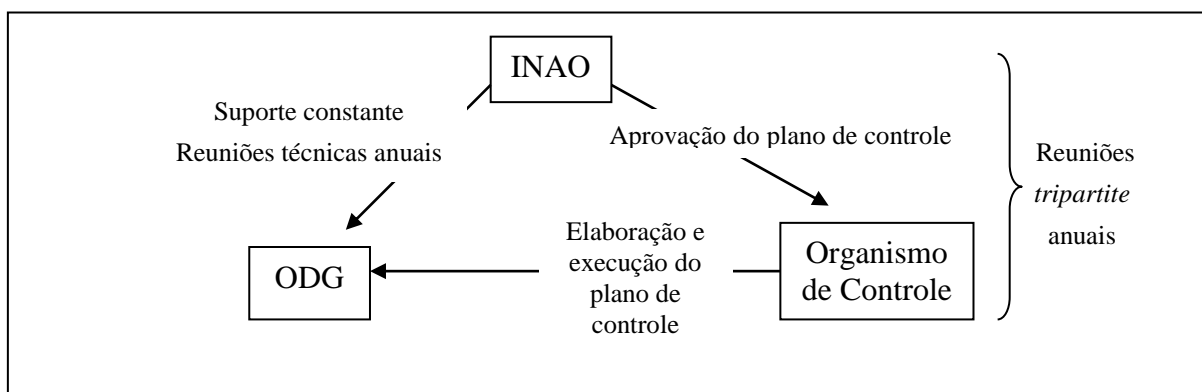


Figura 22: Interação entre INAO, ODG e Organismo de Controle
Fonte: Elaboração própria (2018)

Financiamento ou subvenção

Nesta questão, o entrevistado (INAO1) destaca que a etapa onde é possível obter algum tipo de financiamento ou subvenção pública é durante a elaboração do projeto de obtenção da AOP/IGP. Não há subvenções para o pagamento dos organismos de controle, por exemplo. Ainda enfatiza que o funcionamento de uma AOP custa caro o que normalmente faz aumentar os preços em relação ao produto padrão.

“É normal que ter AOP faça aumentar o preço do produto. Em teoria se você tem uma AOP você tem um produto especial, realmente particular. Tem um caderno de especificações e um controle de produção. Essa instituição de controle tem que ser paga. Então se explica o fato de custar mais caro. Um exemplo é o queijo no sul da França “Brousse de l’Ors”, que está em processo de registro... o ODG já determinou que depois da obtenção da AOP terão que aumentar o preço em 0,50 euros para financiar o funcionamento do ODG e pagar os controles.” (INAO1)

Obtenção do registro AOP/IGP

Sobre os procedimentos para obtenção de um registro europeu AOP/IGP, somente na França é preciso passar primeiro por uma instituição antes do Ministério da Agricultura, conforme esquema mostrado na Figura 23.

“Na Itália, por exemplo, o pedido de AOP é apresentado ao Ministério da Agricultura que submete à Comissão Europeia. O interlocutor da CE na maioria dos países na Europa é o Ministério da Agricultura. Na França é o INAO que faz isso.” (INAO1)

“Muitos produtores franceses achavam que o processo era muito longo.... tentaram passar direto ao nível da Comissão Europeia, só que não foi possível pois a CE disse que cada país tem que respeitar o seu procedimento.” (INAO1)

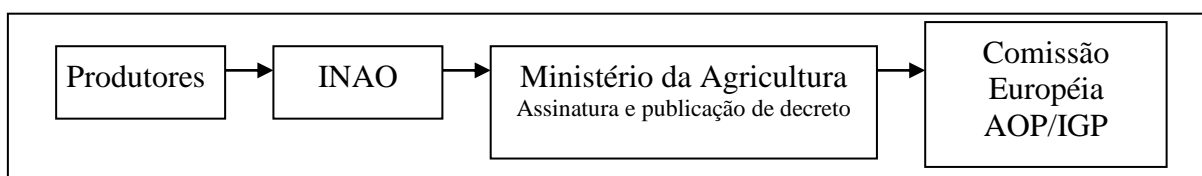


Figura 23: Procedimento para obtenção do registro europeu AOP/IGP na França
Fonte: Elaboração própria (2018)

Enfatiza também que muitos pequenos produtores gostariam de ter somente o signo nacional AOC mas não podem pois a regulamentação europeia não permite. Assim, todo o procedimento que o INAO tem de proteção ao nome geográfico é por meio do AOP/IGP. Somente os vinhos ainda podem utilizar exclusivamente o signo AOC.

“Neste sentido, a pergunta que o INAO se faz atualmente é se todas os produtos agroalimentares tradicionais teriam que ter uma proteção internacional AOP . Muitos produtores não querem ter AOP pois não vão exportar ou atingir mercados muito distantes. Ao mesmo tempo, se o produto começar a ficar conhecido e ser reconhecido pelo consumidor, há o risco que comecem a utilizar o nome da região, imitar mesmo. Aí sim vão querer ter AOP.” (INAO1)

Diferencial de uma AOP

No que se refere aos produtos franceses AOC/AOP, o entrevistado (INAO1) informa que 80% da produção total de vinhos tem registro AOC/AOP ou IGP, enquanto para os queijos a faixa é de 10%. Lembra que o sistema AOC teve início com os vinhos (1905) e que a regulamentação europeia de proteção AOP/IGP para os demais produtos agroalimentares foi somente em 1992.

Ressalta porém, que o fato da taxa percentual de queijo AOP ser baixa em relação aos vinhos, não é problema. Acrescenta que não é objetivo ter altas taxas percentuais de AOP mas sim garantir que haja no mercado produtos com tipicidade e qualidade, de fabricação local, com regras de produção controladas e um saber fazer tradicional (*savoir faire*). O produto AOP faz parte do patrimônio.

“Hoje em dia as pessoas querem comprar produtos do comércio justo, então comprem AOP e estarão comprando queijo produzido tradicionalmente na região de origem mesmo... Um exemplo de diferencial é o leite utilizado no Camembert AOP. Pelas regras estabelecidas no seu *Cahier des Charges*, são exigidos que pelo menos

50% do leite usado seja proveniente de raças normandas, bem como, que a alimentação do gado seja da grama local, que tem características específicas, com pastagem de no mínimo 6 meses... Um produto AOP é uma forma de se garantir que é feito no local, conforme as regras estabelecidas pelos próprios produtores.” (INAO1)

Legislação

Sobre as normas sanitárias, os entrevistados apontam que há uma legislação europeia que estabelece as diretrizes gerais mas que cada país tem as suas regras específicas também. E que estas normas sanitárias se aplicam a todos os laticínios e não somente aos produtos AOP/IGP. Porém, a legislação é mais rígida para o leite cru pois a sua fabricação tem mais risco. A fiscalização e o controle sanitário dos produtos de origem animal estão sob responsabilidade dos serviços públicos sanitários, realizados principalmente por veterinários.

“As normas sanitárias são definidas pela regulamentação geral dos laticínios. Não é responsabilidade nem do INAO nem do organismo de controle. Por serem regras comuns, não fazem parte do *Cahier des Charges*.” (INAO2)

Entretanto, o INAO pode verificar no caderno de especificações da AOP se há algo contraditório com a legislação.

“Uma vez foi verificado no caderno de especificações de um queijo, que estavam utilizando um corante para a casca do queijo que tinha sido proibido pela legislação sanitária. Então o INAO alertou aos produtores que teriam que parar de usar esse corante ou então mudar para outro autorizado.” (INAO1)

Signos de qualidade como Label Rouge e AB

No que se refere aos selos de qualidade concedidos pelo INAO, o entrevistado (INAO1) apresenta as principais diferenças com os signos de origem AOP/IGP. Afirma que mesmo que o Label Rouge possua um caderno de especificações, plano de controle (incluindo os testes de degustação), realizados por organismo privado de certificação como na AOP, representa um selo de qualidade superior e não se relaciona com a origem. O interesse em ter AOP é ter o nome de local protegido, do *terroir*.

Também destaca que não é possível ter AOP e Label Rouge no mesmo produto. Tem que escolher um ou outro, pois, cada qual tem um determinado foco no seu caderno de especificações. Já para produtos com IGP se permite a concessão destes dois selos, como é o caso do sal de Guérande, uma vez que no produto IGP a relação com o território é mais tênue do que na AOP.

Sobre os selos AB (Agricultura Biológica), enfatiza que é uma escolha individual do produtor, que deve seguir as regras específicas de uma produção orgânica. É possível ser AOP e também AB, desde que o produtor esteja na zona delimitada da AOP, seguindo as regras

coletivas do caderno de especificações e de controle, e, ao mesmo tempo, que siga as regras suplementares específicas de um produtor AB.

“Um exemplo é o queijo camembert AOP da marca “*Champ Secret*”, o único queijo francês que acumula estes dois selos, até o momento. Seu proprietário é o atual presidente da ODG da AOP Camembert de Normandie.” (INAO1)

Quanto aos tipos de selos mais procurados, o entrevistado aponta que há uma tendência a estagnação dos pedidos por AOP/IGP, pois hoje em dia há poucos dossiês de novos produtos. O que há é um crescimento dos selos AB, para os produtos orgânicos, muito em função das políticas de Estado de apoio e desenvolvimento do segmento BIO.

Principais pontos críticos

Com relação às questões levantadas sobre o queijo AOP Camembert de Normandie, o entrevistado (INAO1) avalia que atualmente o maior problema é o uso de “*Fabriqué en Normandie*” (“Fabricado na Normandie”) nos rótulos de qualquer camembert fabricado na região, como os produzidos com leite pasteurizado pelas grandes indústrias localizadas na Normandie (Figuras 24 e 25).



Figura 24: Camembert da marca Bridel
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 25: Camembert da marca Président
Fonte: Acervo pessoal (2018)

Conforme destaca, somente 5% da produção de queijo camembert produzido na França é AOP (cerca de 5 mil ton/ano). O Camembert AOP é produzido com leite cru e seguindo as regras estabelecidas no caderno de especificações. O restante que é produzido na Normandie é feito na forma industrial, com leite pasteurizado. Há uma disputa que já dura muitos anos entre os produtores do AOP “Camembert de Normandie” e os industriais “*Fabriqué en Normandie*” para que seja proibido o uso desta expressão em seus rótulos, uma vez que o termo “Normandie” seria de uso exclusivo da AOP.

“O Camembert “*Fabriqué en Normandie*”   um problema e foi um erro na França. Deixamos passar isso. O INAO deixou passar e o órgão contra fraudes (DGCCFR) também deixou passar... Eles pensaram em deixar por um tempo e depois tirar. Mas não conseguiram... A lei para as outras AOPs não permite o “*Fabriqué en...*” se a região for protegida com o registro AOP. Não aconteceu com “*Fabriqué a Roquefort*” pois os advogados não deixaram passar. Um exemplo disso ocorreu quando uma marca de queijo colocou “Cr me de Roquefort” na embalagem e não era da região. O serviço de fraude foi acionado pelos advogados dos produtores, que proibiram o uso da expressão no rótulo.” (INAO1)

“Foi feita uma solicitação   Comissão Europeia para proibir o “*Fabriqué en Normandie*” mas a CE disse que   uma questão interna da França e não deles.” (INAO1)

Um outro ponto crítico apontado pelo entrevistado (INAO1) para os signos AOP/IGP   quanto ao seu aspecto coletivo. Qualquer tomada de decisão ou mudança tem que ser feita de forma coletiva. E isto pode gerar grandes dificuldades na gestão e ainda tem um custo de manutenção do registro.

“Um pequeno produtor que vende para a localidade, talvez não precise de AOP. Ele pode não ter. Não   obrigatório. O consumidor que já conhece o produtor e aquele produto, tudo certo. Não precisa mesmo ver o signo AOP para comprar. Mas o consumidor menos avisado, ou que conhece menos o produto, vai precisar de uma garantia.” (INAO1)

Um exemplo   o azeite AOP Nyons, produzido no sudeste da França...inicialmente o Carrefour não quis comprar pois achou caro. Anos mais tarde, voltaram atrás e resolveram comprar no preço estipulado pelos produtores...viram que os consumidores iriam pagar pois era de melhor qualidade. Agora o Carrefour vende esse produto. Ou seja, se o consumidor pedir produto AOP, o Carrefour acaba comprando sim.” (INAO1)

Entretanto, um ponto ressaltado   que os produtos com AOP ou IGP tem preços mais elevados que os padronizados e que, se forem somente vendidos na localidade, os consumidores locais irão ficar muito insatisfeitos pois o produto passa a ficar mais caro para eles.   preciso então pensar quem compra o produto para decidir por uma AOP/IGP. Cita então o queijo da Canastra, e pergunta quem compra, se   uma venda mais local, próxima ou se atinge outras regiões no Brasil.

Por fim, o entrevistado (INAO1) evidencia que o sucesso de produtos AOP ou IGP depende de 3 condições: em primeiro, de uma política nacional que direcione ações e projetos que promovam e incentivem sua utilização, bem como, que estimule o desenvolvimento de atividades econ micas locais, principalmente ligadas ao turismo. Em segundo, de uma organização dinâmica de produtores, participativa e que tenha iniciativa de realizar as atividades de forma conjunta. E em terceiro, de comunicação e informação junto aos consumidores.

7.4.2 CNAOL

O *Conseil National des Appellations D'Origine Laitières (CNAOL)*, ou Conselho Nacional das Apelações de Origem dos Laticínios em português, é uma instituição francesa responsável pela defesa e promoção das AOP do setor de laticínios. Agrupa as associações dos produtores (ODG) de 50 produtos AOP derivados do leite, sendo 45 queijos, 3 manteigas e 2 cremes. O CNAOL trabalha em conjunto com o CNIEL (*Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière*), uma associação que representa todos os operadores do setor de laticínios em geral, que contribuem com expertise e apoio financeiro.

Dentro da missão de promoção, o CNAOL realiza reuniões, seminários, grupos de trabalhos regulares com as ODG, bem como campanhas de divulgação e sensibilização dos produtos e do logotipo AOP. Elaboram e disponibilizam estatísticas do setor com a colaboração de dados fornecidos pelo INAO. Adicionalmente, incentivam a realização de projetos de pesquisa junto às instituições científicas, como por exemplo, o recente estudo sobre a microflora e os ecossistemas microbióticos, com objetivo de contribuir para a melhoria da produção de queijos de leite cru.

A equipe do CNAOL conta atualmente com um total de 4 pessoas, sendo 3 em tempo integral. O escritório está localizado em Paris (*Maison du Lait*) e tem sua receita proveniente, principalmente, das cotizações dos ODG.

Para uma melhor compreensão sobre o papel do CNAOL, suas ações e formas de atuação para os laticínios AOP na França, foi realizada uma entrevista com dois responsáveis do setor de projetos da instituição.

Os resultados das perguntas elaboradas no questionário (Apêndice Ie) foram organizados por tópicos e descritos na forma corrente a seguir:

AOP de laticínios

Foram apresentados dados sobre o setor AOP de laticínios na França, sendo os principais itens compilados e descritos na Tabela 3 abaixo:

Item	Dados / Ano: 2016
Volume de produção	196.216 toneladas de queijos AOP 168.020 ton (vaca) 21.285 ton (ovelha) 6.912 ton (cabra) - 19.935 toneladas (IGP)
Nº de registros	45 AOP p/ queijos 28 (vaca) + 14 (cabra) + (ovelha) - 9 IGP p/queijos (vaca)
Territórios	54% das áreas geográficas das AOP estão localizadas em zonas agrícolas desfavoráveis, montanhas ou piemontes.
Produtores de leite	17.927 produtores (AOP) - 1.700 (IGP)
Transformadores (produtores de queijo)	382 ateliers AOP 1.248 fermiers AOP
Leite cru	75% dos queijos AOP Rebanho na França: 800.000 vacas para leite AOP
Percentual AOP/IGP no volume total de queijos produzidos na França	10%
Preço	Queijos AOP: em média 66% mais elevado que os sem AOP
Emprego	AOP de laticínios geram 2,8 empregos diretos a cada 100 mil litros de leite produzido (contra 1/100mil da <i>filière</i> geral)
Receita	1,7 bilhões de euros anual com queijos AOP (27% da receita total do setor) - 147 milhões de euros (IGP)

Tabela 3: Dados do setor AOP laticínios na França
Fonte: CNAOL (2017)

Relação CNAOL e ODG

Os entrevistados ressaltam que para que uma AOP seja reconhecida na Europa é preciso inicialmente que haja uma organização dos operadores da cadeia produtiva (*filière*), representados por uma associação ou sindicato para elaborar o projeto de Cahier des Charges. Na *filière* do queijo incluem-se os produtores de leite, os transformadores e os que maturam

ou curam (*affineur*) o queijo. E é essa associação formada que será reconhecida como ODG pelo INAO e que vai gerir a AOP ou IGP. O trabalho do CNAOL será então realizado junto às ODG, que atualmente conta com um total de 50 (1 ODG para cada AOP).

Acrescentam que na França se produz mais leite de vaca do que os demais tipos de leite, assim como a maioria dos queijos AOP também são feitos de leite de vaca. Entretanto, é a *filière* do leite de ovelha que produz proporcionalmente maior quantidade de queijo AOP, sendo 40% contra 10% com os queijos Roquefort, Ossau Iraty e Brocciu.

Camembert de Normandie

Em específico sobre a AOP Camembert de Normandie, os entrevistados apresentaram uma tabela com o volume comercializado de queijos AOP na França. Divididos em função do tipo de leite (vaca, ovelha ou cabra) e massa (azul, prensada cozida, prensada não cozida, mole) os dados disponibilizados mostram a evolução nos anos de 2006, 2014, 2015 e 2016.

Conforme observado, em 2016 o volume comercializado do queijo AOP Camembert de Normandie foi de 5.549 toneladas. Apesar de mais famoso, o Camembert de Normandie não é o mais vendido. Dentro do grupo dos queijos de massa mole, fica atrás do Munster, Brie de Meaux e Mont d'Or. Um outro dado a se destacar na tabela é o queijo Comté, primeiro lugar em vendas, com um total de 54.390 toneladas comercializadas neste mesmo ano. Esta quantidade é significativa se compararmos ao segundo lugar da lista, o Roquefort, com 16.631 toneladas de queijos vendidos

Há que se notar que houve uma queda substancial nas vendas de Camembert AOP a partir de 2006, o que pode ser compreendido com o crescimento do volume de produção de camembert pasteurizados fabricados pelos grandes grupos de laticínios na Normandie, que reduziram de forma significativa a produção AOP.

Um aspecto importante é quanto à produção *fermier* na França. Os entrevistados apontam que *fermier* é quando a produção do queijo é feita com leite cru e do início ao fim na própria fazenda. No país, são cerca de 5.000 *fermier*, sendo somente 1.248 produtores de queijo AOP. A produção de AOP Camembert de Normandie conta com 2 *fermiers* e 9 empresas, de médio e grande porte.

“São muito poucos os produtores *fermiers* na França. O Comté, por exemplo, que é o queijo AOP mais vendido, tem poucos *fermiers*. O Beaufort também... Lá, são pequenas cooperativas que funcionam. Como na origem a peça produzida do queijo Beaufort era bem grande, os produtores juntavam o leite de todos em cooperativas e faziam os queijos. Outro exemplo é o Roquefort. Não há *fermier*, desde a sua

origem. Sua *filière* conta com 7 grandes empresas, como Societé, Papillon e milhares de produtores de leite... De qualquer forma, o queijo AOP feito por produtores “não *fermier*” é produzido segundo o método tradicional, respeitando o *cahier des charges* e sob o controle dos organismos de certificação.” (CNAOL1)

“O que nos interessa é guardar na *filière* uma diversidade de operadores, uma diversidade de sistemas. Que o *fermier* possa fazer queijo AOP mas que seja aberto a outros operadores também. Que tenha um projeto de *filière* em torno do produto. E isso contribui para desenvolver a *filière*, produzir vantagens fazer o produto ser mais amplamente conhecido, ser mais comercializado em todo o território francês, ser exportado. O fato de ter empresas que tenham mais capital ajuda também para que eles tenham perspectivas mais amplas.” (CNAOL 2)

Preço e principais locais de venda

Quanto aos preços de venda dos queijos AOP e os sem AOP em grandes lojas e supermercados, os dados disponibilizados na Figura 26 mostram que em média, os preços dos queijos AOP são 66% mais elevados que os sem AOP. Também é possível observar que o diferencial entre os preços dos queijos AOP e não AOP se manteve estável entre os anos 2015 e 2016, sendo 5,75euros/Kg em 2016.

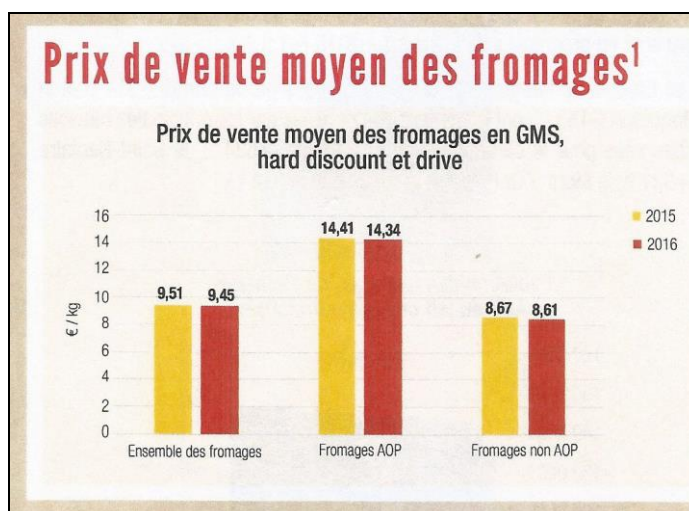


Figura 26: Preço médio de venda dos queijos em 2015 e 2016
Fonte: CNAOL (2017)

E quanto aos principais locais de comercialização dos queijos AOP e não AOP, a Figura 27 evidencia que cerca de 90% dos queijos não AOP são vendidos nos supermercados, hipermercados e grandes lojas (*Hard Discount*). Para os queijos AOP o percentual nestes mesmos pontos de venda é de 75% aproximadamente, contando ainda com 15% no comércio especializado (eventos, alta gastronomia).

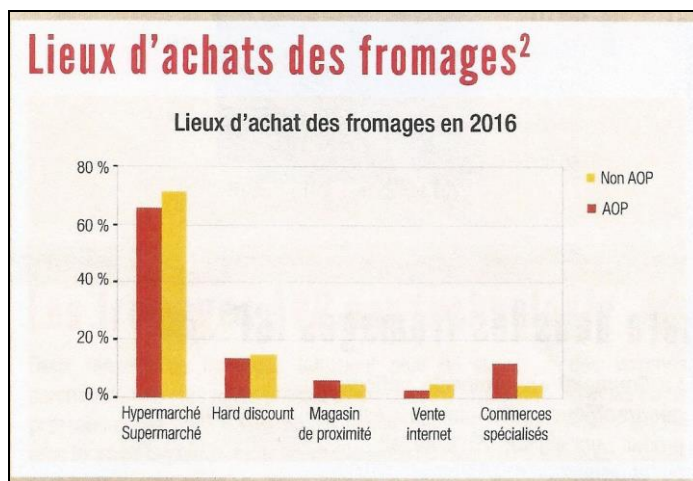


Figura 27: Locais de venda de queijos AOP e não AOP.
Fonte: CNAOL (2017)

Queijo AOP de leite cru

Com relação ao uso de leite cru nos queijos, os entrevistados destacaram que o leite cru é um vetor do *terroir* mas não é o único. O queijo AOP se apóia também em outros critérios como a raça local, alimentação do gado e autonomia alimentar. Adicionalmente, chamaram atenção para o fato de não haver uma regulamentação específica do leite cru mas sim medidas transversais comuns a todos os produtos de laticínios. A autoridade em caso de fraudes no mercado é o DGCCRF, conforme visto no Capítulo 5. Porém, antes de ser comercializado é responsabilidade do INAO.

“O leite cru é obrigatório em 27 dos 45 queijos AOP. Nos restantes 18 queijos, o uso de leite cru não é obrigatório. Alguns usam mas outros não.” (CNAOL2)

Campanhas de divulgação

Diante da missão de promoção, divulgação e defesa dos produtos de laticínios AOP, o CNAOL desenvolve muitas campanhas de comunicação. Alguns exemplos são mostrados na Figura 28, onde o folder realça: “*AOP, a mais bela prova de autenticidade*”; e na Figura 29, no cartaz “*Engaje-se na defesa do verdadeiro, do bom, do gosto! Vamos nos unir pelos queijos AOP.*”

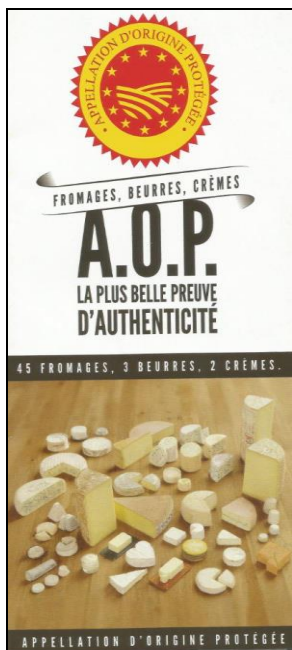


Figura 28: Folder / AOP
Fonte: CNAOL (2017)



Figura 29: Cartaz publicitário AOP
Fonte: CNAOL (2017)

Além da defesa dos produtos, as campanhas visam também promover o logotipo AOP (selo amarelo e vermelho) para comunicar ao público os valores que tem por trás, que imprima confiança e credibilidade. Os entrevistados apontam que os consumidores conhecem mais o símbolo antigo AOC (branco e preto), sendo que a AOP é mais recente. Foi em 2008 que os produtos agroalimentares passam a usar o logo AOP, tornando-se obrigatório somente em 2012. Dados de 2016 mostram que, em média, apenas 25% dos franceses conhecem o logotipo AOP (Figura 30).

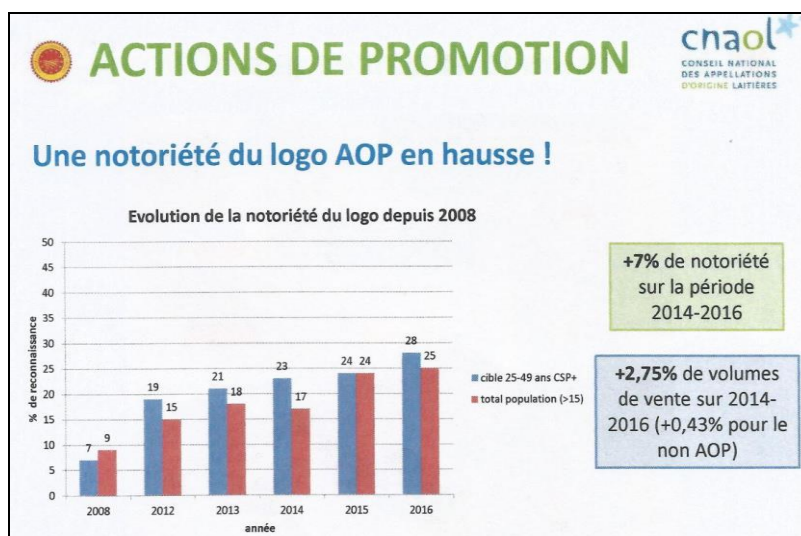


Figura 30: Evolução da notoriedade do logotipo AOP após 2008.
Fonte: CNAOL (2017)

Projetos

Dentre os projetos atuais do CNAOL, os entrevistados destacaram uma grande campanha de comunicação iniciada em 1º de janeiro de 2018 e com duração de 2 anos, para promoção do logotipo AOP dos 50 produtos de laticínios. O orçamento é de 8 milhões de euros, sendo 80% do valor financiado pela Europa.

“O logotipo AOP é muito importante, ajuda visualmente o consumidor a reconhecer este símbolo de garantia européia. Porém, é preciso divulgar e comunicar seus valores, para que se torne conhecido ao público...Passar credibilidade ao logo. Apenas 25% dos franceses conhecem o logo.” (CNAOL2)

Ressaltam como referencial de comunicação bem realizada, a campanha feita pelo selo Label Rouge, onde os consumidores atualmente já sabem que corresponde a uma garantia de qualidade superior.

Um outro projeto é a condução de projetos temáticos variados, como pesquisa e desenvolvimento, controle sanitário, regulamentação e economia dentre outros.

“O CNAOL sugere por exemplo ao INRA e outros parceiros científicos para construir projetos de pesquisa. Imaginam projetos juntos e apresentam... o Ministério da Agricultura está também. Tem um dos projetos que trata dos queijos de *terroir*. O objetivo é desenvolver estudos e pesquisas sobre os queijos de *terroir*, conhecer a microflora bacteriana e os benefícios do leite cru.” (CNAOL1)

7.4.3 Organismo de Defesa e Gestão (ODG)

O ODG tem como missão garantir a defesa e gestão do produto beneficiado de signo de origem, como AOC/AOP ou IGP. Formados pelos operadores da cadeia produtiva (*filière*) e organizados em associação ou sindicato, os ODGs devem ser reconhecidos pelo INAO com base em parecer do comitê nacional competente.

Cada ODG é responsável pela gestão de um único produto e sua missão é estabelecida pelo Código Rural francês que inclui a elaboração e execução do projeto do caderno de especificações; o controle interno junto aos produtores, assim como a defesa e proteção do nome de origem, do produto e *terroir* na valorização do produto e no conhecimento estatístico do setor (L642-22).

Foi efetuada entrevista com o presidente do ODG da AOP Camembert de Normandie na comuna de Champsecret situada no departamento de Orne, conforme indicado no Quadro 11 do Capítulo 6.

O ODG da AOP Camembert de Normandie congrega os operadores da *filière*, constituída pelos produtores de leite (*producteur de lait*) e transformadores, que englobam os *fromagers* (os que fazem o queijo) e os *affineurs*, os que maturam (curam) o queijo. Segundo

o entrevistado, são 24 pessoas integrantes do ODG, sendo formado por 50% de produtores de leite e 50% de transformadores de queijo.

O Camembert de Normandie conta com cerca de 500 produtores de leite, e 11 empresas transformadoras em queijo (*fromagers e affineurs*). Deste total, apenas 2 são “*fermier*”, ou seja, pequenos produtores que produzem do início ao fim o queijo na própria propriedade, a partir do leite cru. As demais são empresas que compram o leite de produtores locais e transformam em suas unidades em queijo. Algumas destas empresas pertencem à grandes grupos industriais que, além de produzir o Camembert AOP, fabricam também o camembert normando pasteurizado (camembert industrial), numa proporção de 5% AOP e 95% sem AOP.

As empresas produtoras da AOP Camembert de Normandie estão descritas no Quadro 12 a seguir e visualizados no mapa da Figura 31.

Quadro 12: Nome das empresas produtoras de AOP Camembert de Normandie

Empresa	Modalidade	Departamento
Ferme Du Champ Secret	<i>Fermier</i>	Orne
Ferme de la Héronnière		Orne
Fromages de Stéphanie	<i>Fromagerie</i>	Orne
Fromagerie Saint-Hilaire-de-Briouze		Orne
Fromagerie du Val-de-Sienne		Manche
Fromagerie du Val d’Ay – éts Réaux		Manche
Coopérative Isigny-Sainte-Mère		Calvados
Fromagerie Jort		Calvados
Fromagerie du Moulin de Carel		Calvados
Domaine de Saint-Loup (ex-Graindorge)		Calvados
Fromagerie d’Orbec		Calvados

Fonte : ODG (2018)



Figura 31: Fabricantes de AOP Camembert de Normandie
Fonte: ODG (2018)

Perfazendo uma área de cerca de 15 mil km² e produzidos em comunas localizadas em quatro departamentos da Normandia (Calvados, Manche, Orne e uma pequena parte do Eure), o queijo AOP Camembert de Normandie tem que seguir um caderno de especificações (*Cahier des Charges*) com regras rígidas, onde a produção de leite, fabricação, maturação e acondicionamento dos queijos devem ser realizados na zona geográfica delimitada. Conforme ressalta o entrevistado, a receita do Camembert AOP deve utilizar leite cru, provenientes de vacas normandas (50% pelo menos) com pastagem de no mínimo 6 meses ao ano; a enformagem deve ser feita com uso de conchas em 5 passagens; o dessoramento espontâneo nas formas e a maturação realizada em locais com temperatura e tempo determinados.

Cerca de 50 milhões de litros de leite por ano são destinados à fabricação do Camembert AOP, sendo comercializados 5.549 toneladas de queijos em 2016 (CNAOL, 2017).

Com relação à fiscalização e cumprimento do CC da AOP Camembert, além do autocontrole realizado pelos próprios produtores, onde registram suas práticas, assegurando a rastreabilidade, há o controle interno sob responsabilidade da ODG, e o externo é realizado pelo CERTIPAQ, organismo de controle selecionado para o trabalho.

Volume de produção

Quanto ao volume de produção diário das *fromageries*, o entrevistado apresentou os seguintes dados (Tabela 4):

Empresas	Quantidade de queijos produzidos por dia	Quantidade de queijos produzidos por ano
Ferme du Champ Secret (BIO)	700	255.500
Ferme la Heronière	700 a 800	292.000
Fromagerie Jort	11.000	4.015.000
Fromagerie du Moulin de Carel	4.000	1.460.000
Domaine de Saint-Loup (ex-Graindorge)	15.000	5.475.000
Fromagerie Saint-Hilaire-de-Briouze	25.000	9.125.000

Tabela 4: Queijarias entrevistadas e produção diária/ anual.
Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados (2018)

Dentre todas as empresas produtoras de AOP Camembert de Normandie, destacou que quatro delas pertencem à Lactalis, multinacional francesa e maior grupo de laticínios do mundo. Na lista incluem a Fromagerie Jort, Fromagerie du Moulin de Carel, Fromagerie d'Orbec e a Domaine de Saint-Loup, adquirida em julho de 2016 e que pertencia à uma das mais tradicionais famílias de produtores de queijos na Normandie, a Graindorge.

Nestas empresas o sistema de enformagem é manual, com o uso de conchas. Apenas duas empresas utilizam o sistema de enformagem mecanizada, pois também é permitido pelo *Cahier des Charges* da AOP: a Coopérative Isigny-Sainte-Mère e a Fromagerie d'Orbec. Ressalta que estas empresas utilizam robôs para enformagem. As demais queijarias fazem manualmente quantidades que podem atingir até 25.000 queijos por dia, como a Fromagerie Saint-Hilaire-de-Briouze. Entretanto, para o entrevistado:

“Um grande volume de produção AOP com enformagem manual é uma situação que sobrecarrega muito os trabalhadores. Por exemplo, enquanto na minha queijaria Champ Secret, uma pessoa faz a enformagem para 700 queijos por dia, nas demais com produção de mais de 11 mil queijos por dia, este procedimento também é realizado por um só trabalhador.” (ODG)

Cadernos de especificações (*Cahier des Charges* /CC - 1983, 1996 e 2007)

Com relação aos CC, enfatiza que em 1983 quando se concedeu o registro AOC para o Camembert de Normandie, o caderno de especificação (*Cahier des Charges*/CC) previa unicamente os métodos de fabricação do queijo mas não do leite. Estabelecia somente que o leite tinha que ser livre de brucelose e tuberculose. Em 1992 o regulamento europeu instituiu os

registros AOP/IGP e um novo CC é estruturado em 1996, para a obtenção do registro AOP Camembert de Normandie.

Em 2007 o Camembert AOP passou por um período muito ruim pois a pasteurização ameaçava entrar na AOP e os produtores não se entendiam. Por não haver consenso entre os produtores, o Ministério da Agricultura precisou nomear o presidente do ODG. Um novo CC foi redigido, estabelecendo as matérias-primas e os procedimentos a serem utilizados. Dentre as regras foi determinado que a produção de queijo continuaria sendo feita a partir do leite cru proveniente de vacas não necessariamente normandas, sob a condição que até 2017 pelo menos 50% do rebanho em cada propriedade passasse a ser da raça normanda.

Um ponto destacado pelo entrevistado sobre o CC é quanto à alimentação do rebanho. Apesar de todas as alterações, ainda é permitido o uso de silagem de milho sem qualquer limitação, o que torna possível o uso de cereais transgênicos (OGM).

“Há uma nova proposta de atualização do *Cahier des Charges* do Camembert AOP onde se inclui a retirada dos cereais OGM, bem como o aumento da quantidade do consumo de grama pelo rebanho, em pelo menos 20%, e o plantio de árvores nos locais de pastagem.”(ODG)

Produtor *fermier- industriel*

Um ponto destacado na entrevista é a possibilidade de haver produtores *fermier industriel*, mas que não é o caso do Camembert da Normandie. Evidencia que o conceito de *fermier* é que todas as etapas de produção devem ocorrer dentro da mesma propriedade. Não está vinculado a quantidade de produção. Caso tenha uma produção altamente mecanizada dentro da propriedade, poderá aumentar o volume produzido em escala industrial. Sendo portanto um *fermier* e também *industriel*. Como exemplos cita um produtor de leite na região da Bretanha que produz 2 milhões de litros por ano.

Controle sanitário

O controle sanitário é feito pelo órgão nacional DDPP (Direção Departamental de Proteção das Populações) por meio dos operadores da DSV (Serviço Veterinário), conforme visto no Capítulo 5. As instalações dos ateliers (queijarias) e os procedimentos realizados são fiscalizados pelas representações departamentais DDPP que verificam se estão em conformidade ou não. Os produtores devem apresentar relatórios frequentes com dados e informações compiladas a partir do método de mensuração de risco (HCCP), que é

obrigatório na etapa de autocontrole da produção, primeira fase do plano de controle das AOP.

Material e utensílios

De acordo com o entrevistado, a enformagem da AOP Camembert de Normandie é realizada em mesas de madeira. Houve grande pressão pela DDPP, por meio dos controles da DSV, para que houvesse a substituição por uma base de plástico. Porém, a partir da argumentação dos produtores de queijo que mostraram que a base de madeira é essencial para a produção do Camembert AOP, a regulamentação europeia permitiu que continuassem a usar a madeira.

“Foi graças a Europa que conseguimos manter a base de madeira. Se dependesse das autoridades sanitárias da França teríamos que substituir por mesas de plástico, comprometendo toda a produção de Camembert AOP. Essa madeira é essencial para fabricação do Camembert. Não dá para fazer sem.” (ODG)

Um aspecto destacado é o uso de silagem permitido no CC da AOP Camembert de Normandie. Pelo entrevistado, deveria ser proibido uma vez que aumenta o risco de contaminação do leite, sendo permitido somente o feno. Acrescenta que em 1970, o queijo Comté (AOP de leite cru) proibiu a silagem em seu CC o que foi essencial para o aumento do volume de produção. Em 20 anos dobraram de 30 mil para 60 mil queijos fabricados ao ano, sendo atualmente a primeira AOP de queijo na França.

“Os produtores de queijo Comté no início tiveram problemas com o uso de silagem... as vacas comiam e passavam para o leite um fungo que estava na silagem. Ao fazer o queijo, com o tempo esse fungo gera gases na massa formando uma espécie de vulcão no queijo. Tiveram que parar de vender Comté por um tempo... Aí proibiram a silagem. No caso do Camembert temos um problema adicional: junto com o fungo podem vir as bactérias patogênicas, que contaminam o leite (listeria, salmonela...). Então alimentar nossas vacas com silagem é aumentar dez vezes mais o risco de contaminação dos nossos queijos.” (ODG)

Organismo de Controle CERTIPAQ

Todos os itens escritos e especificados no CC são controlados obrigatoriamente pelo organismo CERTIPAQ. Conforme o entrevistado, a frequência do controle depende do grau de risco. Para o fermier, todos os anos são controlados, uma vez para o leite e outra para o queijo. Os produtores de leite, uma vez a cada três anos.

“O controle se adapta ao nível de risco. Assim se você tem 50% vacas normandas terá mais controle do que se forem 100%, pois o CC estabelece que no mínimo tem que ter 50%. Se você já tem 100% então já está garantida a conformidade” (ODG)

No caso de haver práticas ou elementos não conformes com o CC, o organismo de controle avalia o nível de não conformidade. Existem três níveis: menor, maior e grave. Se for nível menor, o produtor deve realizar a correção e se dirigir somente ao organismo de certificação. Se for maior, o comitê do organismo de controle é advertido. Para as não conformidades graves, todos ficam a par, incluindo INAO, e pode provocar a perda do direito de usar a AOP. Como exemplos de prática grave, cita o quantitativo do rebanho, ou seja, um número de vacas normandas na propriedade abaixo do que é estabelecido no CC, ou também a coleta de leite fora da zona geográfica. As sanções podem variar de uma advertência por escrito, uma suspensão ou até mesmo a supressão do registro.

Com relação ao custo do controle, esclarece que os produtores podem obter ajuda financeira somente nos primeiros anos do controle externo. Depois devem arcar com a quantia. Ressalta que somente projetos de comunicação do ODG podem contar com financiamentos regulares.

Relação tripartite INAO + ODG + CERTIPAC

Segundo o entrevistado, a relação INAO, ODG e CERTIPAQ é de muita interação e que todos tem interesse na realização de um controle correto, transparente e eficiente. O INAO participa de todas as reuniões do ODG, ajuda na evolução do CC e assegura a proteção do nome de origem. O ODG procura envolver de forma freqüente o INAO e mostra os relatórios e avaliações de controle elaborados pelo CERTIPAQ.

O entrevistado destaca que não há qualquer subvenção ou financiamento público ao funcionamento do ODG. São os próprios produtores que mantêm financeiramente a associação, arcando com os custos de controle e manutenção das queijarias.

Vantagens dos produtos AOP/IGP

Quanto às vantagens em ter um produto AOP, o entrevistado enfatiza que as regiões francesas não seriam o que são se não fossem as AOP. Cita o caso da região de Comté, o queijo AOP de maior produção na França, com cerca de 54 mil toneladas por ano, que teve seu CC reforçado 5 vezes com alterações nos últimos 50 anos, mas todas no sentido de garantir a qualidade e identidade do produto.

“AOP é uma forma de economia mundial positiva. É valorizar a singularidade de um produto. Imaginem, se todos fizerem a mesma coisa. Quem vai vender é quem tiver o preço mais baixo. Então vamos caminhar para uma destruição qualitativa... A qualidade do alimento é muito importante para nossa saúde, ao mesmo tempo que protege a biodiversidade, estrutura a paisagem.... Vejam o caso do queijo Comté. O registro AOP para o Comté é muito importante, porém, para a região, é mais ainda. Se não tivesse AOP, provavelmente teria se tornado uma região comum agrícola, com vacas pretas mantidas nos estábulos.... Uma área sem identidade nenhuma.” (ODG)

Porém, destaca que o fato de ter o registro AOP não garante por si só o sucesso do produto. Dentre as AOP algumas funcionam bem outras não. Depende do trabalho que se faz de comunicação, do empenho dos produtores e apoio institucional.

E com relação à evolução da AOP acrescenta:

“Uma AOP que funciona é a que evolui. Mas o sentido que dou para evolução é aquele onde se consegue criar argumentos de tipicidade, de particularidades, de identidade... é a região da Normandie.” (ODG)

Principal Problema

O principal problema apontado pelo entrevistado é a permissão da menção “Fabriqué en Normandie” (Fabricado na Normandie) nos rótulos dos camembert pasteurizados fabricados por grandes empresas que se instalaram estrategicamente na região da Normandie, como no caso das indústrias Lactalis. Adicionalmente, enfatiza que essa situação dura mais tempo do que se esperava. Acredita que houve pouco empenho por parte do poder público, incluindo o Ministério da Agricultura e INAO; assim como do Ministério da Economia e o órgão que fiscaliza as fraudes (DGCCRF) para resolução desta disputa, que envolve usurpação do nome Normandie.

“Ainda ter essa cópia, o “Fabriqué en Normandie”, atrapalha muito, confunde o público. Uma pesquisa de marketing feita na região da Normandie em 2011, apontou que 90% dos normandos não sabiam reconhecer um Camembert AOP... Por um lado o INAO garantiu bem a proteção AOP Camembert de Normandie à nível internacional, como na Colômbia e na China, evitando que se usasse indevidamente o nome da região. Mas na França, acabou deixando passar. Em 2012, levamos o caso para instância judicial. Mas a pressão das grandes indústrias é muito forte” (ODG)

“É preciso que se aplique o que é previsto no art.13 do regulamento europeu nº 2.081/92 sobre produtos agroalimentares, onde se estabelece que a AOP proíbe toda utilização direta ou indireta de um nome já utilizado para produtos protegidos *na medida que sua utilização possa tirar proveito da reputação do nome protegido e induzir o público em erro.*”(ODG)

Para o entrevistado é necessário suprimir o “Fabriqué en Normandie” e para isso os produtores e operadores da cadeia produtiva AOP e sem AOP tem que se entender. Segundo enfatiza, é preciso fazer mudanças no caderno de especificações para que todos sejam incluídos e façam o camembert nas mesmas condições de fabricação e controlados do mesmo

jeito também. Adiciona que com um novo CC mais amplo, sem perda da identidade e qualidade, terão condições de aumentar de forma significativa o volume de produção, gerando verba e mais condições de divulgação para a AOP Camembert de Normandie.

Um outro problema apontado pelo entrevistado é o conceito de “zero bactéria” para o risco sanitário nos queijos feitos de leite cru que os órgãos técnicos estabelecem. Ressalta que as bactérias patogênicas não devem existir, porém, as “bactérias boas” que trazem nutrientes e dão as características organolépticas (gosto, sabor, aroma, textura) do queijo, estas devem ser mantidas. Aponta a necessidade de se realizar estudos mostrando os benefícios do leite cru e o papel positivo das microfloras bacterianas.

Projeto 2021 - Decisão em 21/02/18

Após a realização da entrevista com o presidente do ODG AOP Camembert de Normandie, a decisão quanto à questão “Fabriqué en Normandie” foi decidida pelo INAO. Em 22 de fevereiro de 2018, após dez anos de disputas, foi declarada a supressão desta expressão nos rótulos das embalagens do queijo camembert, conforme comunicado da instituição publicado e disponibilizado no Apêndice III.

Segundo INAO, até 2021 serão realizadas alterações no CC para incluir também na AOP os camembert fabricados com leite pasteurizado, bem como outras condições que serão ainda acordadas e fixadas. Dentre as alterações incluem-se: novo percentual obrigatório de 65% de vacas normandas do rebanho em cada propriedade (atualmente são 50%); uso da menção “Véritable Camembert de Normandie” (Verdadeiro Camembert de Normandie) ou também “autêntico” para os camembert feitos com leite cru e enformados com uso de concha (*moulé à la louche*), equivalentes ao “grand cru” ou “premier cru” do setor vitivinícola.

Conforme as perspectivas para o setor, essas mudanças representariam dois mil novos produtores de leite e 900 milhões de litro suplementares. Um importante aspecto apontado pelos operadores de camembert é que o preço do litro de leite deve aumentar para os produtores que antes não estavam incluídos no CC da AOP e que recebem atualmente um valor muito baixo pelo produto.

7.4.4 Produtores

De um total de 11 empresas transformadoras em queijo (*fromagers e affineurs*) foram realizadas visitas em 3: Ferme de la Heronière e Ferme Du Champ Secret, que são ambas fermiers, e a Graindorge, que produz o Camembert de Normandie na unidade de Domaine de

Saint-Loup. Os resultados das respostas ao questionário foram consolidados conforme descrito a seguir:

Ferme de la Heronière (Fromagerie Durand)

De propriedade da família Durand desde o início dos anos 90, conta com 90 hectares de terra e 70 vacas leiteiras (100% normandas), conforme visualizado nas Figuras 32, 33 e 34. São fermiers, com a produção do leite e transformação de queijo realizada na propriedade. Diariamente produzem cerca de 1.600 litros de leite e 700 a 800 queijos camembert AOP.



Figura 32: Queijaria Ferme de la Heronière
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 33: Embalagem do queijo
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 34: Vista aérea da Ferme de la Heronière
Fonte: Ferme la Heronière site institucional (2018)

Segundo o entrevistado, sendo um produtor *fermier* AOP tem mais interesse na venda seletiva, escolhendo seu cliente que procura qualidade e diferenciação.

“Procuramos vender para chefs de cozinha, restaurantes, eventos gastronômicos, e até para o Palácio do Elysée, casa oficial do presidente. Atualmente, 15% das nossas vendas é direta, aqui mesmo na nossa loja da fazenda, com preços na faixa de 5 euros por queijo. O restante é comercializado para atacadistas do Mercado de Rungis que é o maior mercado de produtos frescos no mundo, localizado perto de Paris.” (PRO1-FR)

Ressaltou que não tem interesse em vender para os supermercados Carrefour por não atender as exigências da rede, que exige grandes quantidades, preço baixo e uma apresentação padrão e precisa do Camembert com 250g, o que é difícil para uma produção artesanal.

Realizam visitas guiadas na queijaria, com demonstração das etapas de fabricação do queijo, bem como de degustação e venda direta na loja da fazenda. Os visitantes são a maioria franceses, porém, recebem muitos estrangeiros atraídos pela localização da fazenda, a mais próxima da comuna de Camembert.

“Recebemos muitos turistas de outros países, como os holandeses, alemães, espanhóis, que são atraídos pela fama do Camembert de Normandie e querem conhecer a região. Nós somos a fazenda mais próxima da comuna de Camembert.” (PRO1-FR)

Com relação ao sistema de controle da produção, apontou que o organismo responsável é o CERTIPAQ, que controla todos os itens escritos e especificados no caderno de especificações (CC). Conforme o entrevistado, a frequência do controle depende do grau de risco. No seu caso, como *fermier*, que fabrica o leite e o queijo dentro da sua propriedade, todos os anos são controlados, uma vez para o leite e outra para o queijo.

Quanto ao controle sanitário, são fiscalizados pelas representações departamentais DDPP, a autoridade em saúde pública vinculada ao Ministério da Agricultura, que verifica se as instalações dos ateliers (queijarias) estão em conformidade ou não.

“Temos que fazer relatórios freqüentemente, com dados e informações compiladas a partir do método de mensuração de risco (HCCP).” (PRO1-FR)

Segundo o entrevistado, o ponto mais crítico atualmente e que representa uma barreira aos AOP, são os camembert pasteurizados “Fabriqué en Normandie”, que confundem o consumidor na hora da compra por um verdadeiro Camembert de Normandie.

“É o grande problema atualmente para nós produtores de camembert AOP. Mas o nosso ODG está em negociação com o INAO para buscar uma solução.” (PRO1-FR)

Ferme du Champ Secret

Após 30 anos somente como produtores de leite, a família Mercier começou a fabricar queijo Camembert AOP em 2012. Além do signo de origem AOP, iniciaram ao mesmo tempo a fabricação orgânica, sendo a única a acumular registro AOP, Fermier e BIO no Camembert (Figuras 35 e 36).

Como produtor fermier, o entrevistado afirma que atende aos requisitos de ter o leite produzido e transformado na mesma propriedade; uma produção (*cuvée*) por dia; tem um circuito de distribuição curto e uma economia local preservada.

Num terreno de 120 hectares, possuem cerca de 90 vacas (100% normandas) com produção de leite de 1.300 litros por dia. Quanto à quantidade de queijos, são fabricados diariamente em torno de 700, todos a partir do método tradicional com uso de concha e enformagem manual, conforme visualizado nas Figuras 37 e 38.

Com relação à fabricação BIO, enfatiza que não utilizam qualquer produto químico sintetizado, a alimentação do gado é feita somente da pastagem e do feno. A pastagem é de pelo menos 9 meses e há o uso econômico de energia. Não utiliza a silagem, pois aumenta o risco de contaminação do leite. Os produtos como fermento, coalho animal e sal são todos com selo AB, com rastreabilidade controlada.

“Somos fiscalizados duplamente, tanto como AOP quanto BIO. Enquanto o AOP segue o CC, o BIO segue as exigências definidas para produção orgânica, estabelecidas na documentação junto ao INAO.” (PRO2-FR)

Segundo o entrevistado a construção da queijaria teve um custo de cerca de 560 mil euros à época, incluindo os gastos com energia, galeria turística e ateliers de transformação. Receberam 30% em apoio financeiro público.



Figura 35: Camembert BIO e AOP Du Champ Secret
Fonte: Du Champ Secret site institucional (2018)



Figura 36: Placa na entrada da fazenda
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 37: Queijaria Du Champ Secret
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 38: Enformagem manual com uso de concha
Fonte: Du Champ Secret site institucional (2018)

No que se refere à comercialização dos queijos, aponta que 30% é resultante da venda direta na loja da fazenda somada às entregas realizadas em restaurantes e lojas de produtos BIO pela região da Normandie. O preço do camembert é em torno de 4 a 4,5 euros. Do restante, cerca de 50% dos queijos são vendidos para três atacadistas do Mercado de Rungis, sendo dois *cremières* e um que é Bio. Não vendem para o supermercado Carrefour.

Realizam visitas à queijaria diariamente com desgustação. Vendem também lotes mínimos de 150 a 180 de queijos (*livre serviço*) para interessados no local.

Quanto aos principais pontos críticos do sistema AOP para o Camembert, sendo o atual presidente da ODG, aponta os mesmos itens já descritos em sua entrevista, como o problema do uso do “Fabriqué en Normandie”, ressaltando que é ilegal e que precisa ser proibido.

“ Os preços AOP poderiam ser maiores, remunerando de forma mais justa a cadeia produtiva do Camembert de Normandie se não houvesse essa usurpação do nome Normandie pelos industriais. Poderíamos ter um melhor retorno financeiro para as AOP” (PRO2-FR)

E. Graindorge

Esta queijaria foi criada em 1910 por Eugène Graindorge e possui unidades de fabricação para produção dos quatro queijos da região da Normandie: Livarot, Pont-l'Évêque, Camembert de Normandie e Neufchâtel (Figura 39). A unidade visitada está situada na comuna de Livarot (Figura 40) e é onde se produz os queijos Livarot e Pont-l'Évêque. A produção do Camembert de Normandie é realizada na Fromagerie Domaine Saint Loup, na

comuna de Saint-Loup-de-Fribois, no departamento de Calvados a 21 km de Livarot, não sendo aberto à visita.

Conforme dados obtidos na entrevista com o representante do ODG AOP Camembert de Normandie, a Domaine de Saint Loup conta com 80 produtores de leite e uma produção diária de 15.000 AOP Camembert de Normandie, todos com leite cru e enformados manualmente com uso de conchas. A Graindorge produz também o camembert pasteurizado mas não nessa unidade, pois em Saint Loup só se produz camembert AOP. Na unidade de Livarot, onde foi realizada a visita, há equipamentos de pasteurização, produzindo grandes volumes de queijos Livarot, Pont-l'Évêque e camembert industrial (Figura 41). A proporção de produção dos queijos é de 5% AOP e 95% sem AOP.

Um fato a destacar é que em junho de 2016, depois de 106 anos pertencente a mesma família, a empresa da Graindorge foi vendida para o grupo Lactalis, representando um grande impacto entre os produtores e operadores do setor. Somada às 3 outras empresas adquiridas em anos anteriores (Fromagerie Jort, Fromagerie du Moulin de Carel e Fromagerie d'Orbec), a Domaine Saint-Loup foi a 4ª empresa produtora de Camembert AOP comprada pelo grupo Lactalis, concentrando 60% da produção total do Camembert de Normandie.

“As indústrias Lactalis, a maior produtora de laticínios do mundo, comprou uma das empresas mais tradicionais na produção do Camembert de Normandie. Foi um grande choque para todos nós.” (ODG)

A unidade que produz os queijos Livarot e Pont-l'Évêque ocupa um grande terreno situado em Livarot. Conta com ateliers de fabricação, área para caminhões e descarga de leite, laboratórios, salas de visita e degustação, museu (Figura 42) e loja de venda de souvenirs e queijos. Há visitas áudio guiadas em vários idiomas e exibição de filmes sobre a fabricação de queijos e a história da empresa.



Figura 39: Queijos AOP da Normandie na Queijaria Graindorge
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 40: Queijaria Graindorge em Livarot
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 41: Produção de queijos
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 42: Museu da queijaria Graindorge
Fonte: Acervo pessoal (2018)

Como a unidade que fabrica AOP Camembert de Normandie não é no mesmo terreno do local de fabricação dos demais queijos em Livarot, a produção e seu controle são feitos por equipe específica localizada em outra cidade, na comuna de Saint-Loup-de-Fribois (21 km de Livarot), não sendo aberto à visitação. Portanto, não foi possível levantar pontos críticos por parte dos produtores desta queijaria.

7.5 Marcas de produtores registradas no INPI

As marcas podem ser usadas em conjunto com os registros de apelação de origem e indicação geográfica, agregando valor e trazendo diferenciais de posicionamento do produto no mercado, conforme visto no Capítulo 2 (item 2.7). Como ativos da propriedade industrial tem um papel muito importante de identificar e diferenciar produtos ou serviços no mercado.

Com objetivo de atender às questões desta pesquisa e conhecer se além da IG, existem outros instrumentos de proteção de Propriedade Industrial (PI) sendo utilizados atualmente pelos produtores de queijo AOP Camembert de Normandie, foram efetuadas buscas no banco de dados do site oficial do INPI (França) sobre os pedidos e registros de marcas relacionadas aos operadores da AOP Camembert de Normandie, incluindo pedidos de registro de marca individual e coletiva.

Adicionalmente, foi realizada entrevista com um dos responsáveis do setor de indicação geográfica de produtos artesanais e industriais do INPI para melhor compreender as interações existentes entre a instituição e o INAO.

A partir de pesquisa realizada no banco de dados do INPI, verifica-se que todas as queijarias integrantes da AOP Camembert de Normandie possuem marcas registradas no INPI, conforme listadas no Quadro 13:

Quadro 13: Marcas registradas das queijarias AOP Camembert de Normandie

Queijaria	Marcas
Ferme Du Champ Secret	Le Champ Secret Le Bio Camembert
Ferme de la Héronnière	François Durand
Fromages de Stéphanie	Les Fromages de Stéphanie
Fromagerie Saint-Hilaire-de-Briouze	Gillot Marie Harel Saint-Hilaire
Fromagerie du Val-de-Sienne	Pré Saint-Jean Bonchoix Beillevaire
Fromagerie du Val d’Ay – éts Réaux	Réo La Gaslonde
Coopérative Isigny-Sainte-Mère	Isigny-Sainte-Mère
Fromagerie Jort	Jort
Fromagerie du Moulin de Carel	Moulin de Carel
Domaine de Saint-Loup (ex-Graindorge)	Domaine du Plessis Fleuron du Plessis Domaine de Saint-Loup La Petite Normande E.Graindorge
Fromagerie d’Orbec	Bourdon

Fonte: INPI (2018)

As marcas registradas no INPI são para o produto queijo, na classe internacional 29, tendo apresentação nominativa (*verbale*) ou mista (*semi-figurative*).

Verificou-se também na base de dados que não há pedido ou registro de marca coletiva por parte da associação de produtores da AOP Camembert de Normandie. Há somente pedidos de marcas individuais como por exemplo a marca “Bonchoix”, de titularidade da Fromagerie du Val-du-Seine, visualizada na Figura 43.



Figura 43: Marca Bonchoix
Fonte: Acervo pessoal (2018)

Vale destacar que outras regiões, como a do queijo Roquefort, desenvolveram uma marca coletiva da associação para ser utilizada por determinados produtores da região que atendessem à regras específicas e padrões elevados estabelecidos. O uso de marca coletiva é uma estratégia de diferenciação cada vez utilizada pelas associações em seus produtos.

Quanto à relação do uso de marcas e denominações, o regulamento europeu permite a utilização na rotulagem das marcas coletivas⁵² juntamente com a denominação de origem protegida ou a indicação geográfica protegida. Essas marcas são aquelas constituídas por nomes geográficos que identificam produtos ou serviços provenientes de uma pessoa jurídica representativa de coletividade. São requeridas pelos próprios organismos de gestão para representar graficamente sua denominação de origem ou indicação geográfica.

Esta marca coletiva “Roquefort” possui o desenho de uma ovelha vermelha (Figura 44) em sua composição, é de titularidade da associação gestora da AOP e atua como marca *premium* para determinados produtores da associação da região AOP Roquefort. Portanto, não são todos os produtores da região AOP Roquefort que tem o direito ao uso desta marca coletiva, apenas os que apresentem um diferencial de qualidade no produto.



Figura 44: AOP Roquefort da marca Societé e marca coletiva Roquefort.
Fonte: Acervo pessoal (2018)

⁵² O art 15º da Diretiva 2008/95/CE estabelece disposições especiais relativas a marcas coletivas, marcas de garantia e de certificação.

7.6 INPI e INAO

Para uma melhor compreensão das interações existentes entre as duas instituições, particularmente na proteção legal dos nomes dos produtos sob signos oficiais de qualidade e origem, foi realizada uma entrevista com um representante da área de indicações geográficas no INPI da França. Os resultados das perguntas elaboradas no questionário (Apêndice If) foram organizados por tópicos e descritos na forma corrente abaixo:

- IG no INPI

O registro de indicação geográfica foi introduzido pela lei “Hamon” em 2014 sendo regulamentado por decreto em 2015 (Décret n° 2015-595 de 02/06/15). O entrevistado destaca que em decorrência das constantes imitações e falsificações dos produtos artesanais na França e pelo sistema AOP e IGP só incluir produtos agroalimentares, foi elaborada a lei e instituído o registro de Indicação Geográfica (IG) para os produtos de artesanato e industriais, com o exame e concessão sob competência do INPI.

Aponta que um grande marco para que a lei fosse promulgada foi o caso das falsificações das facas de Laguiole, uma comuna francesa tradicionalmente conhecida por produzir produtos de cutelaria há mais de 200 anos.

“Uma empresa localizada perto de Paris registrou a marca “Laguiole” no INPI e na Comunidade Europeia para diversos produtos inclusive de cutelaria. Porém, todos os seus produtos eram fabricados na China e do Paquistão. Depois de uma longa disputa judicial entre os produtores de facas tradicionais de Laguiole e a empresa titular da marca registrada “Laguiole” o tribunal de justiça europeu decidiu, em 2014, anular a marca da empresa. Esta decisão foi um marco e aumentou a pressão pela proteção dos nomes de origem de produtos não agrícolas na França” (INPI)

A lei Hamon estabelece que toda indicação geográfica deve seguir um caderno de especificações e que os produtores, organizados em grupos, são representados por Organismos de Defesa e Gestão (ODG). Na definição de IG diz:

Art. L. 721-2 - Constitui uma indicação geográfica a denominação de uma área geográfica ou de um local determinado que serve para designar um produto que não seja agrícola, alimento, de floresta ou do mar, que tenha origem e possua uma qualidade determinada, uma reputação ou outras características que possam ser atribuídas essencialmente a esta origem geográfica.

Assim como nos registros de AOP e IGP, o caderno de especificações ou *Cahier des Charges* (CC) deve incluir: delimitação da área geográfica; descrição do processo de fabricação; a ligação entre as características do produto e a zona geográfica e um plano de controle que será efetuado por um organismo independente acreditado pelo Comitê Francês de Acreditação (COFRAC).

Os pedidos de registro de IG são depositados no INPI e seguem um trâmite interno que inclui: exame do dossiê; abertura de uma pesquisa pública num período de 2 meses onde qualquer pessoa interessada pode inserir opinião; consultas paralelas à coletividades territoriais, ao INAO, à grupamentos profissionais e associações de consumidores; exame do INPI de todos os elementos inseridos no pedido; homologação do CC ou indeferimento do pedido.

Conforme o entrevistado, o tempo de exame de um pedido de IG no INPI leva em torno de 20 meses. O custo é de 350 euros em média e o período de vigência é ilimitado.

Quanto aos pedidos de registro de IG, até o presente foram concedidos três, sendo o primeiro em dezembro de 2016, para as cadeiras de Liffol; em janeiro de 2017, para o granito da Bretagne, e, em dezembro de 2017 para as porcelanas de Limoges. Destaca que existem outros 3 pedidos depositados ainda pendentes de análise, todos para sabonetes de Marseille, e 2 demandas em processo de instrução. Dois pedidos foram rejeitados: um deles para as sandálias de Mauléon, por considerarem que a matéria-prima e o *savoir-faire* utilizados eram comuns e não característicos da região em si; e o segundo, um pedido de IG para sabonete de Marseille, onde a zona geográfica incluía a França toda, bem como os formatos dos sabonetes poderiam ser líquidos e pastosos, com utilização de gordura animal, sendo que o sabonete de Marseille tradicional é sempre sólido e historicamente feito de óleos vegetais.

O entrevistado destaca que há muita interação entre o INPI e INAO e que as instituições se consultam com frequência:

“O INAO fornece dados com todas as AOP e IGP registradas para os setores de marcas e IG. No exame do pedido de marca, por exemplo, verificam se os produtos solicitados são diferentes ou afins ao da AOP ou IGP. Caso positivo a marca não será registrada. Assim como o setor de IG faz consulta e pede parecer ao INAO sobre os pedidos que recebe, se há afinidades entre os produtos ou mesmo se o produto do pedido da IG pode causar algum tipo depreciação à AOP/IGP.” (INPI)

“Por exemplo, no pedido de IG para as pedras de Bourgogne foi feita uma consulta ao INAO, que apresentou um parecer pouco favorável ao registro. Alegou que esta IG poderia depreciar o nome da região famosa pelos vinhos. Porém, após consulta ao ODG dos vinhos de Bourgogne, os produtores se mostraram de acordo, enfatizando que seus vinhos tinham essa qualidade justamente pelo fato de suas uvas crescerem em solo calcário, de pedra. Os dois ODG, do vinho e das pedras, se entenderam bem. Disseram que era muito bom ter vários produtos de *terroir*, pois ajuda na divulgação atraindo mais turistas e visitantes para a região.” (INPI)

Quanto ao risco de depreciação que uma IG pode causar à AOP ou vice-versa, o entrevistado ressalta:

“As pessoas fazem a diferença entre um produto de artesanato ou industrial e os produtos agroalimentares. Não acho que tenha risco de depreciação de um ou outro” (INPI)

No INPI, os setores de marca e IG também realizam consultas freqüentes entre si:

“Tivemos um pedido de IG para o sabonete de Marseille. Os produtores de sabonete antes da decisão do exame da IG, requisitaram marcas com o termo Marseille, para garantir a proteção caso não conseguissem a IG. Acontece que 99% destes produtores não faziam os sabonetes da forma tradicional e nem mesmo fabricavam na França. Ou seja, falamos com o setor de marcas para não concederem os registros, aguardando a decisão final do exame da IG.” (INPI)

Principais desafios

Dentre os desafios apontou os três pedidos em análise para sabonetes de Marseille. Os ODG estão sendo avaliados, bem como os procedimentos, matérias-primas e área geográfica especificados nos dossiês.

“O termo Marseille está sendo muito requisitado para sabonetes e os dossiês possuem questões ainda pouco definidas, como por exemplo a extensão da zona geográfica, a tradição e o *savoir faire* envolvidos na fabricação do produto.” (INPI)

Adicionalmente, reforça a importância da cooperação entre o INPI e INAO na formação e sensibilização dos agentes do INPI nas relações entre marcas e os signos oficiais de qualidade e origem. Em específico para a IG, ressalta a importância de se formalizar e otimizar os procedimentos de consulta relativos à Indicação Geográfica, uma vez que o INPI consulta o INAO antes de qualquer aprovação de uma nova IG de produto de artesanato ou industrial, quando seu nome implicar risco de confusão com uma AOP ou IGP.

8. CANASTRA

8.1 Histórico

A região da Serra da Canastra localiza-se no sudoeste do Estado de Minas Gerais e abrange uma área de cerca de 7.500 km². Sua ocupação agrícola está intrinsecamente ligada à produção de queijos de leite cru, e o topônimo Canastra é identificador dos queijos originados na região, os quais possuem características típicas locais, tradicionalmente produzidos há mais de 300 anos.

Segundo dossiê do IPHAN (2014), a origem do nome do lugar se relaciona com a existência de uma imensa formação rochosa com mais de 50 km de extensão, formando um grande baú, que os antigos chamavam de canastra (Figura 45). Esta região foi conservada pelo Parque Nacional da Serra da Canastra e é lá no topo da serra que nasce o rio São Francisco, formando em seguida uma grande queda d'água, a Cachoeira Casca D'Anta, visualizada na Figura 46.



Figura 45: Vista da Serra da Canastra
Fonte: Site institucional da Canatra (2018)

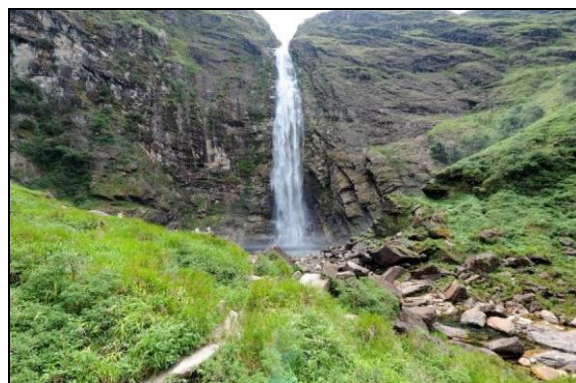


Figura 46: Nascente do rio São Francisco
Fonte: Acervo pessoal (2018)

A fabricação de queijos artesanal em Minas Gerais faz parte de relatos históricos de viajantes estrangeiros que estiveram no Brasil no início do século XIX, como os franceses Auguste de Saint-Hilaire e Jean Baptiste Debret, e o austríaco J. Emanuel Pohl. Segundo Meneses (2006), em passagem pela região de Minas Novas, em 1817, Auguste Saint-Hilaire descreveu:

“Enquanto que nas florestas que se estendem de Rio de Janeiro a Barbacena (...) não se obtém das vacas senão um leite quase insípido, o de Alto dos Bois poderia rivalizar com o melhor da Europa, e o queijos desse mesmo lugar são igualmente de gosto muito agradável. Sente-se que as ervas aquosas da floresta não podem tornar o leite tão cremoso como as plantas e as gramíneas de consistência seca que cobrem as colinas de Minas Novas (...).”

Um outro registro desta época foi a viagem de Auguste Saint-Hilaire para a região da Canastra, cujas percepções foram descritas na obra “Viagem as Nascentes do Rio São Francisco”, onde detalhava tudo que encontrava pela frente. Johann Emanuel Pohl, em 1818, também descreve a região de Bambuí e a beleza do Rio São Francisco no seu livro “Viagem ao Interior do Brasil”. Já o artista francês Debret que passou 15 anos no Brasil (1816 a 1831) e produziu muitas ilustrações sobre os usos e costumes do período, descreve Minas Gerais como uma província “mais feliz” que a de Goiás e a de Mato Grosso, porque além de outras riquezas, “*dedica-se à criação de aves e animais, abastece de queijo o Rio de Janeiro...*”. Ao pintar e descrever “negros vendedores de leite” na mesma cidade, Debret fala do costume de se consumir leite cru e da negligência em não produzir manteiga e outros laticínios, relatando que “*os únicos queijos do país vêm de São Paulo e Minas Gerais*” (MENESES, 2006).

De acordo com Dorés (2007), a fabricação e consumo de queijo na região da Serra da Canastra se confunde com a história do povoamento local, iniciado com a busca de minerais e pedras preciosas. O produto era consumido pelas famílias e comercializados junto aos tropeiros que chegavam nas regiões serranas em mulas e cavalos e distribuíam estes produtos para diversas comarcas.

A receita básica do modo de fazer queijo em Minas Gerais tem sua origem nas práticas oriundas da Serra da Estrela em Portugal. Este queijo português, de tradição antiquíssima que remonta ao século XII, é fabricado a partir do leite cru de ovelhas nas pastagens de montanha da região, utilizando o extrato de flor e brotos do cardo como elemento coagulador do leite (coalho). O sistema de prensagem é manual e dá consistência à massa coagulada e a maturação confere sabor diferenciado ao queijo (IPHAN, 2014).

Com a chegada dos portugueses às serras mineiras, ocupadas em consequência da descoberta do ouro e dos diamantes no decorrer dos séculos XVII e XVIII, esta receita foi então adaptada ao novo cenário, reinventando instrumentos, técnicas e fazeres próprios, dando origem ao Queijo de Minas Artesanal. Assim, ao invés do leite cru de ovelha, utiliza-se o leite cru de vaca; a flor de cardo é substituída por coalho de origem animal, feito a partir de estômago seco e salgado do bezerro ou cabrito. Segundo o dossiê do IPHAN (2014) sobre o “Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas”, em tempos antigos, na Serra da Canastra era comum o uso de coagulante elaborado com segmentos do estômago de tatus. Atualmente esse coalho é industrial.

Entretanto, além dos ingredientes básicos da receita trazida pelos portugueses (leite cru, coalho e sal), os mineiros acrescentaram ao queijo de minas artesanal o “pingo” que é o

fermento natural, recolhido a partir do soro que drena dos queijos após a salga, obtido no dia anterior de produção. As propriedades do pingo foram definidas no dossiê do IPHAN (2014) como:

“O “pingo” é o “DNA” do Queijo Artesanal de Minas. Nele está condensado o ecossistema de cada região: as peculiaridades do substrato geológico, do relevo, da água, do clima, das pastagens naturais. É ele que faz um queijo Serro se diferenciar de um queijo da Canastra, ou da Serra do Salitre/ Alto Paranaíba, ou ainda de Araxá. Neste fermento natural se aglutina todo um conjunto de bactérias lácticas, específicas de cada região, que constitui o elo entre o passado e o futuro” (IPHAN, 2014, p.51).

O uso do “pingo” então confere características microbiológicas específicas, relacionadas ao tipo de solo, clima e vegetação de cada lugar. Esta receita somada às técnicas específicas de produção e maturação do queijo dão identidade cultural (tipicidade) de cada região que é transmitida por gerações.

O processo de elaboração do queijo de minas artesanal (Figura 47), protegido como patrimônio cultural imaterial e descrito na documentação de registro do IPHAN, inclui as seguintes etapas:

1. Ordenha
2. Coagem (Filtragem) do leite e acondicionamento em vasilhame próprio
3. Adição do coalho e do “pingo”
4. Coagulação do leite (período de até 90 minutos)
5. Corte da massa e mexedura
6. Dessoragem, enformagem e prensagem manual
7. Primeira salga (sal grosso) por período de 6 a 12 horas
8. Recolhimento do “pingo”
9. Viragem do queijo e segunda salga, por 12 horas
10. Maturação e acabamento (grossagem ou rala)



Figura 47: Principais etapas do processo de fabricação do queijo da Canastra. A: Ordenha; B: Filtro externo à queijaria; C: Filtro interno à queijaria; D: Corte da Massa; E: Enformagem; F: Prensagem; G: Coleta do “pingo” H: Maturação
 Fonte: DORES (2007)

Em todo o território de Minas Gerais este é o processo de fabricação relativamente utilizado contando com pequenas adaptações que tem origem na relação do homem com a região. Na região do Serro a produção de queijos é essencialmente masculina, na região da Canastra e Alto Paranaíba é feminina.

Outra característica é a utilização ou não do pano de algodão na etapa de prensagem, que pode ser feita apenas com o uso das mãos (como no Serro), ou com a ajuda de um pano como se faz na Canastra e Serra do Salitre/Alto Paranaíba. Este uso produz um queijo com menor umidade. O queijo do Serro que não utiliza o pano produz um queijo mais úmido.

Também há pequenas diferenciações na etapa de acabamento (grossagem ou rala), que é feita na região do Serro com ralos artesanais ou industriais. Nas regiões da Canastra e da Serra do Salitre o acabamento é feito com lixas, ou então não se faz, deixando a casca amarela ao natural.

O tempo de maturação varia de região para região. A partir de estudos realizados pela Universidade Federal de Viçosa, enquanto o queijo do Serro fica curado em 18 dias o da Canastra em 22 dias⁵³. Conforme DORES (2007), sobre tempo de maturação dos queijos minas artesanais:

“Os queijos minas artesanais precisam ser caracterizados dentro de cada uma das regiões produtoras do estado para que medidas como a determinação do tempo mínimo de maturação sejam tomadas sem se esquecer de se conhecer o efeito da maturação na modulação da enterotoxina estafilocócica, importante para segurança alimentar desses queijos”.

No Serro o queijo mais procurado é o “verde” com menor tempo de cura. Na Canastra, no entanto, é o mais curado. O Quadro 14 apresenta um resumo das principais características do queijo minas artesanal nas regiões do Serro e Canastra:

⁵³ Tempos de maturação comprovados por estudos científicos coordenados pela profª Dra. Célia Lúcia de Lucas Fortes Ferreira, do Departamento de Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Viçosa – DTA/UFV, no âmbito do Programa de Apoio à Caracterização, Demonstração da Segurança Alimentar e Certificação da Qualidade dos Queijos Tradicionais de Fabricação Artesanal. A pesquisa realizada pela UFMG para o queijo de Araxá, estabeleceu 14 dias como de tempo de maturação para esta região. Disponível em: < <https://www.sertaobras.org.br/2015/11/27/pesquisada-da-ufmg-garante-14-dias-e-suficiente-para-a-maturacao-de-queijos-em-araxa/>> . Acesso em maio.2018.

Quadro 14 - Características do Queijo Minas Artesanal segundo a região de origem.

Características	Serro	Canastra
Consistência	semiduro	semiduro a macio, manteigoso
Textura	compacta	compacta
Cor	branca amarelada	branca amarelada
Sabor	ligeiramente ácido brando	ligeiramente ácido, não picante
Crosta	fina, sem trinca	fina, amarelada sem trincas
Formato	cilíndrico de bordas retas/arredondadas	cilíndrico de bordas retas/arredondadas
Altura	variável	variável
Peso	700 a 1000 gramas	1000 a 1200 gramas

Fonte: NETTO (2014).

Dentro da classificação dos queijos pelo grau de umidade, o queijo artesanal de minas é de teor médio, com índices variando de 36 a 45,9%. Quanto à consistência é do tipo massa prensada não cozida ou massa semidura, com casca natural. Sobre o nível de gordura, o do Serro apresenta mínimo de 50% GES (gordura no extrato seco), tendo sido estabelecido um teor de gordura mínimo de 3%, conforme a regulamentação estadual de 2002 que dispõe sobre processo de produção de Queijo Minas Artesanal.

A produção do queijo artesanal é um fator cultural de grande importância econômica, representando a principal fonte de renda para as famílias rurais. Segundo PEREZ (2014), dos produtores da região da Canastra, 80% são da agricultura familiar. Essa atividade existe desde o início da ocupação desses campos e as famílias locais viam na fabricação do queijo uma alternativa de renda e de sobrevivência.

Entretanto, os produtores de queijo do Serro, Canastra e de outras regiões queijeiras mineiras tinham grande dificuldade em atender as legislações sanitárias vigentes, com padrões industriais, feita em grande escala, que desconsideravam a pequena produção artesanal ou agricultura familiar. As instalações, os métodos de produção, tempo de maturação, dentre outros procedimentos artesanais utilizados pelos produtores, não se enquadravam nas regras estabelecidas pelo Decreto nº 30.691 de 1952, que não mencionava produtos feitos a partir do leite cru. Com as ameaças e o risco iminente de extinção desta prática tradicional, sobretudo após as denúncias de contaminação de queijos de leite cru no Ministério Público Federal, em maio de 2001, foi proibida a produção dos queijos artesanais. (IPHAN,2014).

Os produtores de queijo de minas artesanal com o apoio de instituições públicas, privadas e organizações da sociedade civil tiveram que se mobilizar e reagir. Muitas

iniciativas se sucederam no sentido de preservar o modo de fazer queijo nas serras das Minas Gerais. Uma das primeiras mobilizações partiu da associação dos produtores do Serro (Aaser) com apoio da Secretaria de Cultura do Estado de Minas Gerais que, em agosto de 2001, fez o pedido de reconhecimento do queijo artesanal do Serro como bem cultural imaterial no Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA/MG). Um ano depois, em agosto de 2002, o registro do “Modo de Fazer Queijo Minas Artesanal do Serro” é concedido, sendo reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial do estado de Minas Gerais.

No final deste mesmo ano, destaca-se outra iniciativa que foi a aprovação da Lei Estadual nº 14.185 de 31 de dezembro de 2002, dispondo sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal (QMA) de leite cru. Conforme visto no capítulo 5, esta foi a primeira legislação estadual sobre queijo artesanal, representando um marco legal de grande importância para o segmento, com decreto regulamentador da lei e várias portarias sendo publicados em seguida.

Foi por meio desta nova legislação que se estabeleceu o papel do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, como sendo a instituição responsável pelo credenciamento dos produtores em conformidade com as normas legais, assim como, pela inspeção e fiscalização periódica da produção de queijo, com a finalidade de assegurar o cumprimento das condições exigidas para a obtenção do certificado de qualidade.

Outras instituições foram inseridas e suas funções regulamentadas como a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/MG), responsável em fornecer apoio aos produtores de queijo artesanal para melhoria das condições sanitárias dos rebanhos e da ordenha, e, em conjunto com a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), de realizar estudos de caracterização de microrregiões tradicionais produtoras de queijos artesanais. Este trabalho desenvolvido por estas instituições, identificava e agrupava os municípios mineiros produtores do queijo artesanal, circunscrevendo-os em regiões delimitadas de acordo com as características técnicas, orgânicas e de consumo do produto (IPHAN, 2014).

Como resultado destas delimitações, foram identificadas as primeiras regiões, publicadas por meio de portarias do IMA, sendo o Serro em 2002 (Portaria nº546), Araxá e Alto Paranaíba⁵⁴, ambas em 2003 (Portarias nº 594 e 874, respectivamente), Canastra em 2004 (Portaria nº 694) e Campo das Vertentes em 2009 (Portaria nº 1022). As últimas regiões

⁵⁴ Em 2007, a microrregião Alto Paranaíba passa a se intitular Cerrado (Portaria IMA nº 874).

demarcadas foram em 2014: Triângulo Mineiro, Serra do Salitre, Vale do Jequitinhonha, Alagoa e Vale do Suaçuí.

Foi fundamental então a atuação do Instituto Mineiro de Agropecuária – IMA no credenciamento dos produtores nas condições estabelecidas legalmente e, através da EMATER-MG, que os municípios fizessem parte do Programa de Melhoria do Queijo Minas Artesanal. Este programa organizou os produtores, visando melhoria e padronização do produto, dentro de normas de produção, higiene, comercialização com o intuito na qualidade dos queijos e identificação da origem.

Em conjunto ao trabalho desenvolvido pela EMATER/MG, EPAMIG e pelo IMA, cita-se instituições de pesquisa como Universidade Federal de Viçosa - UFV, Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e a Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC que auxiliaram desde o início na condução de pesquisas e extensão associadas às regiões produtoras, importantes para a caracterização técnica e sanitária do queijo artesanal.

Entidades não governamentais também participaram de forma significativa neste processo de valorização do queijo artesanal, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, realizando projetos para auxiliar a organização dos produtores, estudos de viabilidade técnica e econômica, bem como, produzindo material informativo e eventos de sensibilização sobre o tema. Adicionalmente, como organização não governamental, ressalta-se o movimento *Slow Food*, uma ONG de origem italiana, que atua no Brasil desde 2000 promovendo inúmeras campanhas de defesa e valorização dos queijos de leite cru, incentivando os produtores a pressionar e buscar melhorias para o segmento (IPHAN, 2014).

Dentre os eventos deste período que causou grande repercussão para o segmento de queijo artesanal foi o lançamento do filme “*O Mineiro e o Queijo: um documentário político e poético*” do diretor cinematográfico Helvécio Ratton, em setembro de 2011. Ambientado em Minas Gerais, nas regiões da Canastra, Serro e Alto Paranaíba, o documentário traz detalhes sobre a origem da produção de queijos no estado, seus significados para as famílias envolvidas e a importância de preservação dos modos de vida associados ao produto, que como a maioria dos produtos tradicionais, se encontram em situação de vulnerabilidade. O filme aborda as incoerências e lacunas da legislação sanitária brasileira, onde os queijos franceses de leite cru conseguem entrar livremente no Brasil, sendo inclusive comercializados nos supermercados, enquanto os queijos mineiros, ainda que produzidos por queijarias

cadastradas no IMA, não possuíam liberação para ser comercializados formalmente fora de Minas Gerais (SGARBI, 2014).

8.2 Elaboração da documentação

Neste novo contexto de valorização do queijo artesanal, algumas associações de produtores de regiões mineiras, como a do Serro (Aaser) e Canastra (Aprocan) em conjunto com instituições estaduais (IMA, EMATER/MG, EPAMIG) e federais vinculadas ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), desenvolveram projetos com instituições francesas, a partir de convênios realizados entre os países. Muitas missões de produtores brasileiros visitaram regiões francesas de produção de queijo artesanal, bem como, produtores da França vieram para cá, com objetivo de realizar intercâmbio de experiências, conhecimentos, trazendo novas tecnologias para os queijos artesanais no Brasil (SILVA, 2011).

No âmbito da proposta de cooperação França Brasil, destaca-se a viagem em novembro de 2009, realizada por representantes de produtores mineiros e instituições brasileiras à França (Figura 48). O programa de viagem incluiu visitas técnicas e entrevistas às unidades de produção de queijo de leite cru, num intercâmbio de conhecimentos sobre legislação, métodos de produção e organização da cadeia produtiva. Os resultados obtidos contribuíram para elaboração da documentação para o reconhecimento do Serro e Canastra como Indicações de Procedência no INPI (SALES, 2017).



Figura 48: Evento realizado na França entre produtores de queijo e instituições.
Fonte: AGRIFERT (2009)

Como país referência na valorização de produtos de origem, a França utiliza há centenas de anos o sistema de proteção legal de *Appellation d'Origine Controlée* (AOC), e desde 1992, de *Appellation d'Origine Protégée* (AOP) pelo sistema europeu, representando

um instrumento formal de reconhecimento e defesa do modo de fazer tradicional de alimentos. E quando se trata de proteção legal de nomes de origem de queijos tradicionais, a França também é um referencial. O primeiro texto jurídico de proteção do nome de uma região de queijo foi elaborado em 1666, para a comuna de Roquefort assim como, o primeiro queijo a ser reconhecido com o registro de Denominação de Origem (*Appellation d'Origine*) foi o Roquefort, concedido pelo Parlamento francês em 1925.

Como resultado deste período de reestruturação do segmento de produção de queijo artesanal, incentivado pelas parcerias entre instituições brasileiras e francesas, foi iniciado o processo de elaboração da documentação para obtenção do registro de indicação geográfica no Brasil junto ao órgão responsável, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Os produtores de Serro e Canastra organizados em associações, juntamente com instituições estaduais e uma organização não governamental francesa, a FERT⁵⁵, no Brasil representada pela AGRIFERT, aprimoraram o trabalho de caracterização do queijo Serro e Canastra, levantando informações e realizando estudos adicionais nas regiões (SALES, 2017). Em 2007 foi publicado um mapa com as principais áreas de produção do queijo Canastra, destacando os pontos de maior concentração de produtores, conforme mostra a Figura 49 abaixo:

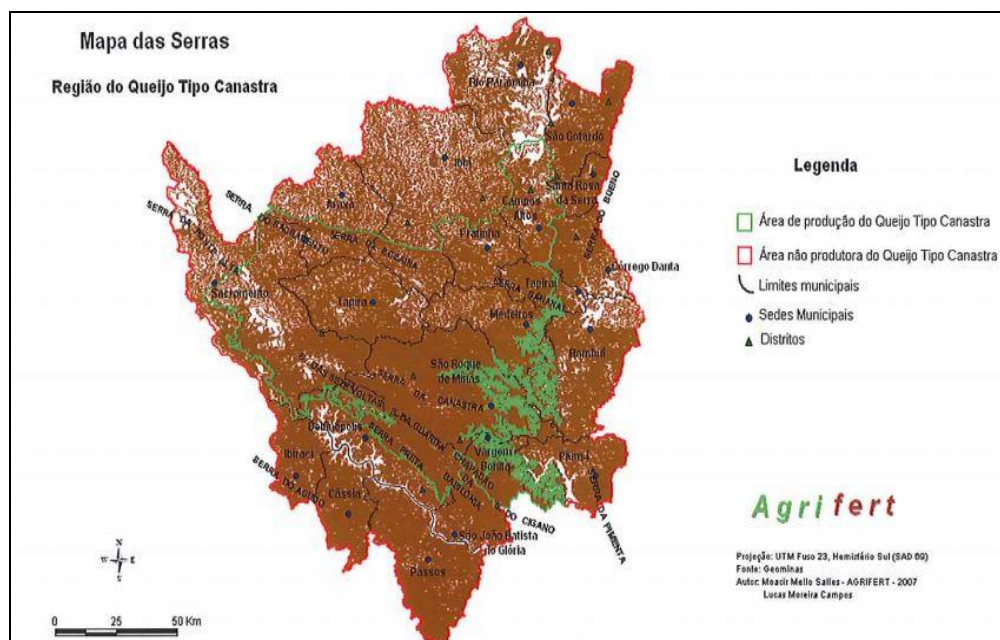


Figura 49: Áreas de produção do queijo Canastra
Fonte: AGRIFERT (2007)

⁵⁵ Associação francesa criada pelos cerealistas da França, com objetivo de realizar cooperação internacional, orientou suas ações em apoio à organização dos produtores visando a melhoria da qualidade dos produtos. Se instalou no Brasil em 1989, nos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Paraná.

Para a elaboração do pedido de registro de IG, um documento muito importante serviu de base para a demonstração da notoriedade histórica e cultural da produção de queijo artesanal nessas regiões: os dossiês realizados pelo IPHAN no processo de reconhecimento do “*Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas nas Regiões do Serro e das Serras da Canastra e do Salitre/Alto Paranaíba*”, tendo sido registrado em 2008 como bem cultural imaterial brasileiro.

Esse material, juntamente com os estudos históricos e de caracterização dos municípios das microrregiões respectivas realizados pela EMATER-MG em colaboração com o Instituto Mineiro de Agropecuária – IMA, serviram de base aos pedidos dessas IGs.

Assim, o pedido de registro de indicação geográfica da Canastra foi depositado no INPI pela Associação dos Produtores da Canastra (APROCAN) no dia 16 de abril de 2010⁵⁶, na modalidade Indicação de Procedência (IP), com apresentação nominativa e para o produto queijo. Após exame do pedido, o registro foi concedido em 13 de março de 2012, sob o nº IG201002 (INPI, 2018).

Um ponto importante com relação à proteção legal por IP é que esta modalidade é prevista para regiões ou localidades que se tornaram conhecidas como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou serviço (art 177 da LPI/96). Neste caso, não é preciso atender os requisitos de qualidade, ou seja, comprovar o vínculo entre as características essenciais do produto e o meio geográfico, como é exigido na modalidade Denominação de Origem (DO). Para a IP, essa comprovação não é necessária, sendo suficiente que os produtores estejam exercendo a atividade produtiva nos limites reconhecidos.

Porém, apesar do queijo artesanal produzido na Canastra possuir qualidades intrínsecas vinculadas essencialmente à fatores naturais e humanos da região, como uma DO, por questões técnicas e financeiras das associações, ou ainda, pela falta de disseminação e conhecimento dos produtores e instituições brasileiras sobre Indicação Geográfica, muitos não realizam essa comprovação e solicitam como IP (VALENTE *et al*, 2013).

Em se tratando de pedidos de registro de indicação de procedência (IP), além de comprovar a notoriedade, a documentação deve incluir a apresentação de um regulamento de uso, com uma estrutura de controle sobre os produtores, assim como, uma delimitação oficial da área geográfica, conforme estabelecido pela Instrução Normativa nº 25/2013 do INPI.

⁵⁶ O pedido de registro da indicação geográfica da IP Serro foi depositada no INPI no mesmo dia que o da IP Canastra(16/04/2010).

Com relação à área de produção, a delimitação geográfica apresentada na documentação do pedido de registro da IP Canastra corresponde à caracterização realizada pela EMATER-MG em 2002, conforme a Portaria do IMA nº 694 de 17 de novembro de 2004, como mostra a Figura 50 abaixo:



Figura 50: Cartograma da IP Canastra
Fonte: EMATER MG (2002)

Nesta demarcação, realizada a partir de estudos de caracterização dos municípios da região, seguindo critérios históricos, culturais e físico-ambientais, 7 municípios⁵⁷ foram incluídos para a IP Canastra: Bambuí, Delfinópolis, Medeiros, Piumhi, São Roque de Minas, Tapiraí e Vargem Bonita. Esses municípios estão localizados na região sudoeste do estado de Minas, limitando-se ao norte com a região do Triângulo Mineiro, ao sul com a região do Lago de Furnas e a oeste com a região centro-oeste de Minas.

A altitude da região varia de 637 a 1.485m, com 930 metros em Medeiros e 850 metros em São Roque de Minas, que é o município com maior concentração de produtores de queijo artesanal na Canastra, como mostra o mapa abaixo (Figura 51):

⁵⁷ Recentemente, a partir da Portaria do IMA nº 1687 publicada em 23 de dezembro de 2016, um oitavo município integra a microrregião da Canastra: São João Batista do Glória (IMA, 2018).

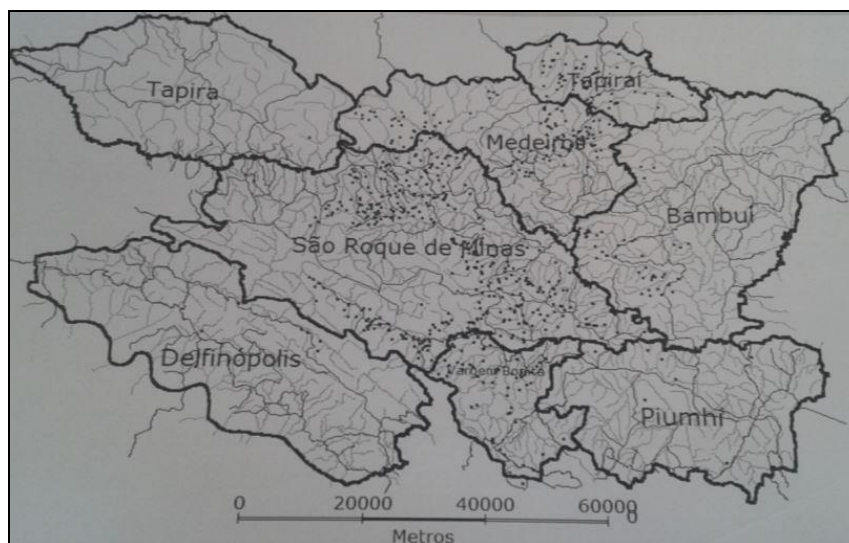


Figura 51: Distribuição de produtores da IP Canastra
 Fonte: PEREZ (2014)

Regulamento de Uso da IP Canastra

Além da delimitação da área geográfica, o pedido de registro de indicação de procedência deve incluir a apresentação de um regulamento de uso (RU), com uma estrutura de controle sobre os produtores.

O regulamento de uso da IP Canastra foi dividido em 11 capítulos e 33 artigos, sendo definidas as matérias-primas e os métodos empregados na fabricação do queijo, as normas de transporte, embalagem e comercialização, bem como, os procedimentos de controle, as atribuições do conselho regulador e as sanções em caso de não cumprimento do regulamento.

A elaboração do queijo é especificada no RU no Capítulo II, incluindo as matérias-primas utilizadas (leite cru de vaca e o “pingo”) e as etapas do processo de fabricação, que são as mesmas do “Modo de Fazer Queijo Minas Artesanal”. Este método foi protegido como patrimônio cultural imaterial, sendo descrito na documentação de registro do IPHAN, conforme visto anteriormente.

A especificação do rebanho utilizado é mestiço (*Bos taurus e Bos indicus*), com variações de cruzamentos, como mostra a Figura 52. Segundo Perez (2014), a região foi berço da raça Caracu, com posterior predominância de animais zebuínos, principalmente da raça Gir. Quanto à alimentação do rebanho, o regulamento estabelece que deve ser baseada na pastagem natural, com uma complementação, nos períodos de seca e inverno de capim elefante, cana-de-açúcar e/ou silagens (art 6º).



Figuras 52 - Rebanho da Serra da Canastra
Fonte: Acervo pessoal (2016)

Uma característica diferenciada no método de fabricação na Canastra é a utilização de formas plásticas sem fundo na enformagem dos queijos, bem como, utiliza-se um tecido sintético apropriado na etapa de prensagem. Para o queijo Serro a forma é com fundo e a prensagem é só com as mãos, sem o uso do pano, produzindo um queijo mais úmido do que o da Canastra (NETTO, 2014).

Das características externas da massa, o RU estabelece que a casca tem uma crosta fina, de cor amarelada que tende a escurecer com a maturação. Adicionalmente, diz que a consistência da massa é semi-dura, levemente amarelada e que também pode “*apresentar as bordas de tonalidade mais escura, sobretudo nos queijos maturados*”. Quanto ao sabor, o queijo Canastra é “*levemente ácido, não picante e agradável*”.

Também há pequenas diferenciações na etapa de acabamento (“Toalete”, conforme o RU) que, enquanto na região do Serro utiliza-se ralos artesanais ou industriais para dar a forma ligeiramente arredondada nas bordas, na Canastra não se usa nada, deixando o formato natural.

Dentre os tamanhos estabelecidos para o queijo Canastra e suas respectivas denominações e dimensões, o regulamento de uso prevê em seu artigo 8º, três possibilidades mostradas no Quadro 15:

Quadro 15: Denominação, dimensões e pesos do queijo Canastra

Denominação	Dimensões	Peso
Canastra Merendeiro (Canastrinha)	10 cm de diâmetro e 6 cm de altura	300 a 400g
Canastra	17 cm de diâmetro e 6 cm de altura	900g a 1,3kg
Canastra Real (Canastrão)	28 a 35 cm de diâmetro e altura entre 10 e 18 cm	5 a 7kg

Fonte: Elaboração própria a partir de dados obtidos no Regulamento de Uso da IP Canastra (2018)

Quanto ao período de maturação, não há um prazo específico fixado no regulamento de uso da IP Canastra. As três condições estabelecidas no item VII (“A Maturação”) do art 11º, que trata desta etapa de fabricação do queijo são:

- “a) A partir do 2º dia de fabricação, os queijos sem as formas são encaminhados para as prateleiras de madeira para maturação, onde passam para a terceira viragem;
- b) A partir de então, será realizada a viragem dos queijos, durante os dias que antecederem a entrega dos queijos para venda. O queijo pode ser lavado com água corrente a cada dois ou três dias dependendo das condições ambientais de temperatura e umidade;
- c) A maturação do Queijo Minas Artesanal da Canastra deve ser à temperatura ambiente ou em ambiente de temperatura controlada, localizado na zona delimitada de produção, obedecendo ao modo tradicional de fabricação e à legislação vigente.”

Como se vê na última condição, a maturação deve obedecer ao “*modo tradicional de fabricação e à legislação vigente*”. Esta questão sempre foi polêmica e esse tempo variou muito de uma norma legal para outra. Estabeleciam tempos longos de maturação, para dar maior segurança alimentar ao queijo, uma vez que é produzido com leite cru. Porém, atualmente o tempo de maturação é de 60 dias com possibilidade de redução caso haja uma comprovação científica sobre a inocuidade do produto (Decreto nº 9.013/2017).

De acordo com Dores (2007), o tempo de maturação do queijo Canastra é de 22 dias no mínimo, tendo sido comprovado a partir de estudos realizados no Departamento de Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Viçosa – DTA/UFV, no âmbito do Programa de Apoio à Caracterização, Demonstração da Segurança Alimentar e Certificação da Qualidade dos Queijos Tradicionais de Fabricação Artesanal. A Figura 53 mostra a maturação (cura) do queijo Canastra em local apropriado, com temperatura ambiente e em prateleiras de madeira:



Figura 53: Queijo Canastra (maturação)
Fonte: Acervo pessoal (2016)

A parte do RU que trata das normas para procedimento de controle (art 18º, Capítulo VI) prevê dois tipos: Controles oficiais, estabelecidos pela legislação e realizados por técnicos credenciados para inspeção; Controles internos realizados pela APROCAN coletados por técnicos credenciados pela associação e o autocontrole que são efetuados pelos próprios produtores através da APROCAN.

A composição do Conselho Regulador e de Controle da IP Canastra (Capítulo VII) estabelece representantes divididos em 2 grupos: com e sem direito a voto. Os representantes com direito a voto são dois produtores (representante e suplente) de cada município incluído na zona de produção. Os sem direito a voto, incluem representantes da Secretaria Estadual de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Estado de Minas Gerais (SEAPA/MG), do MAPA, INPI, do poder municipal, de entidade de defesa dos consumidores, ou ligada ao setor de distribuição ao consumidor.

Dentre as atribuições do Conselho Regulador e de Controle, que deverá se reunir pelo menos uma vez ao ano, destacam-se as seguintes: a) implantar as medidas de autocontrole; b) realizar anualmente relatórios de atividades; c) fazer avaliação gustativa de amostras do produto de cada associado, verificando se atende às características para o queijo Canastra; d) propor estratégias e formas de financiamento para acompanhamento e controle do cumprimento do Regulamento de Uso pelos diversos atores da cadeia; e) emitir os certificados e selos de origem dos produtores amparados pela Indicação de Procedência Canastra; f) elaborar campanhas de defesa e de informação aos consumidores sobre as qualidades do produto; g) propor melhorias no Regulamento de Uso e h) instituir comissão permanente ou comissões temporárias para tratar de temas específicos da IP Canastra (art. 20º e 21º do RU).

Vale notar que é estabelecido pelo regulamento que o Conselho Regulador deve manter a lista atualizada dos usuários da IP, realizando três visitas técnicas anuais de controle

e monitoramento, inclusive com análises de laboratórios conveniados a APROCAN, com custo por conta dos associados (art.22º ao 26º).

No que tange às infrações, penalidades e procedimentos, são consideradas infrações pelo Conselho Regulador, o não cumprimento das normas de produção, rotulagem, embalagem, transporte e comercialização dos produtos da IP Canastra para o Queijo Minas Artesanal. E quanto às penalidades previstas, de forma gradativa e crescente: advertência por escrito, multa, suspensão temporária como participante da IP e suspensão definitiva como participante da IP. Cabe também ao Conselho Regulador comunicar aos órgãos competentes os casos de não cumprimento da legislação vigente, para as devidas sanções.

Para fins de controle de produção, o regulamento de uso estabelece que planilhas mensais devem ser entregues à APROCAN pelo produtor, com informações sobre o controle do volume produzido, comercializado e descartado, constituindo um pré-requisito para liberação com os rótulos com a IP Canastra para o mês seguinte.

E para que seja possível a comercialização de queijo Canastra com IP pelo produtor, é fixado pelo art 17º no capítulo V que a unidade de produção tem que estar escrita na Legislação de Inspeção Municipal, cadastrado no IMA, ou relacionado ao MAPA e associado à APROCAN, atendendo todas as exigências contidas nas legislações vigentes e no regulamento de uso.

8.3 Pesquisa de percepção com os principais atores envolvidos

Conforme verificado na pesquisa bibliográfica e na pesquisa de campo, os principais atores atuantes na gestão, estruturação e apoio da IP Canastra identificados são: a entidade representativa dos produtores APROCAN; os produtores; o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável pelo exame e reconhecimento oficial de registros de IG; as instituições públicas responsáveis pela regulamentação e fiscalização dos queijos artesanais: à nível federal, a Secretaria de Defesa e Agropecuária do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), e, estadual, o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA); a instituição pública de apoio técnico estadual EMATER/MG e a organização não governamental SEBRAE.

Foram efetuadas entrevistas com representantes de cada grupo, como descrito no Quadro 11 do Capítulo 6. A elaboração dos questionários se fundamentou nos objetivos específicos da tese, com a formulação de perguntas abertas aos entrevistados, direcionadas às atribuições e responsabilidades específicas, conforme disponibilizados no Apêndice II.

8.3.1 Entidade representativa dos produtores

A Associação dos Produtores de Queijo Canastra (APROCAN) existe desde 2005 e sua sede está localizada em São Roque de Minas, um dos municípios da microrregião da Canastra. Inicialmente a associação contava com 20 produtores associados. Atualmente são cerca de 62.

A APROCAN é uma entidade sem fins lucrativos que visa apoiar as atividades de produção de queijo artesanal na região da Canastra se propondo, entre outros, a desenvolver ações para elevar o nome do queijo da Canastra, incentivar a formalização dos produtores, a adoção de boas práticas de produção, promover, preservar e gerir a indicação geográfica Canastra para queijo.

Foi efetuada entrevista com um representante da APROCAN na sede da associação em São Roque de Minas conforme descrito no Quadro 11 do Capítulo 6.

Inicialmente o entrevistado apresentou dados sobre a produção de queijo na região da Canastra obtidos a partir do diagnóstico realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2014. Os principais pontos destacados no estudo foram:

- Em 2014, o número de produtores de Queijo Minas Artesanal (QMA) Canastra havia reduzido para 793 produtores, representando uma diminuição em 55,8% em relação ao último censo realizado em 2004 pela EMATER/MG, onde foram contabilizados 1.795 produtores. Muitos deixaram de produzir em função da insegurança jurídica de acesso a mercados e regularização e produção;
- A atividade de produção de QMA é essencialmente familiar - 78% da mão de obra. Muitos estão há cerca de 5 gerações produzindo queijo artesanal, com técnica passada de pai pra filho.
- A produção média diária é de 20 queijos por produtor. Tem produtor que faz somente 8 queijos por dia;
- A IP Canastra produz cerca de 16 toneladas de queijo por dia, totalizando quase 6.000 toneladas por ano;
- Geração de renda abaixo dos três salários mínimos na maioria dos produtores;
- 40% da produção diária é proveniente do município de São Roque de Minas;
- 80% dos produtores da Canastra ainda não estão cadastrados no IMA;
- Baixo número de produtores com Boas Práticas de Produção e Fabricação implantadas;
- 2% dos produtores atuam no agroturismo;
- Apenas 12% dos produtores sabem sobre o registro de Indicação de Procedência pela Região da Canastra;

Segundo o entrevistado, ainda são poucos os associados na APROCAN se comparado ao universo de quase 800 produtores na Canastra. Muitos estão em fase de melhoria e implementação das normas de boas práticas de produção para obtenção de cadastro junto ao Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), responsável pela fiscalização dos produtos de origem animal.

O entrevistado ressalta que a maioria das vendas ainda é feita localmente. Porém, até o momento existem nove produtores da Canastra que já possuem o reconhecimento pelo Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), que permite a comercialização para fora do estado de Minas Gerais. Assinala que no município de Medeiros há uma associação de produtores (APROCAME) e um entreposto, que concentra a produção de queijo de vários produtores locais, sendo o primeiro SISBI-POA coletivo da Canastra

(Figura 54). Destaca que o estado de São Paulo é o principal cliente externo e que cerca de oito produtores estão em processo de obtenção do SISBI-POA.

Com relação aos cadastros estaduais do IMA, atualmente há 17 produtores da Canastra com registro e 25 estão ainda em fase de obtenção.

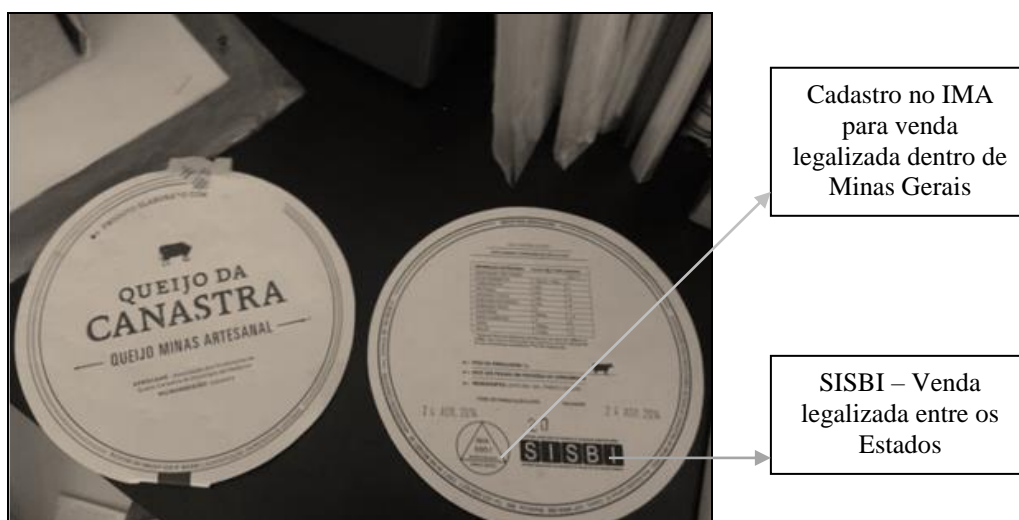


Figura 54: Queijo produzido no entreposto de Medeiros
Fonte: Acervo pessoal (2016)

Quanto à utilização do registro da IP Canastra, o entrevistado destaca que até o presente não se efetivou o uso por parte dos produtores pois a associação se encontra em fase de reestruturação, voltando-se muito mais na resolução de conflitos em questões que envolvem a legislação sanitária e a comercialização do queijo artesanal. Adicionalmente, o quantitativo de associados ainda é baixo para custear a estrutura de controle e a utilização efetiva do registro de IP. Os produtores para se adequarem à legislação sanitária precisam investir nas queijarias e em procedimentos que geram custos significativos para eles.

Porém, ressalta que com o apoio técnico do SEBRAE foram desenvolvidas marcas coletivas, com titularidades da associação, para serem utilizadas em diversos produtos e serviços da região.

“A nossa indicação geográfica foi pedida na forma nominativa somente. Pensamos então em desenvolver uma marca com uma parte figurativa também. Usaríamos para produtos fabricados na região da Canastra como café, lingüiça, doces, biscoitos e outros e também para serviços locais de guias de turismo, artesanato e restaurantes por exemplo.” (APROCAN)

“A marca coletiva é para funcionar como alavancador. Tanto de potenciais cadeias produtivas quanto da própria associação. Então ela vai ser utilizada tanto por prestadores de serviço quanto por outras cadeias produtivas. Ela só é válida para produtos não lácteos e serviços.” (APROCAN)

As marcas coletivas da APROCAN são: “Região do Queijo da Canastra” (Reg. nº 911147926), “Região do Queijo” (Reg. nº 911076581) e APROCAN (Reg. nº 912389036), concedidas pelo INPI em 2017, e apresentadas nas Figuras 55, 56 e 57 a seguir. Enquanto “Região do Queijo da Canastra” é para serviços de controle de qualidade, na classe 42, as marcas “Região do Queijo” e “APROCAN” são ambas para queijo, na classe 29.



Figura 55: Reg. nº 911147926
Fonte: INPI (2018)



Figura 56: Reg. nº 911076581
Fonte: INPI (2018)



Figura 57: Reg. nº 912389036
Fonte: INPI (2018)

Conforme o entrevistado, também é projeto da associação utilizar a marca coletiva em selos de caseína impressos na superfície dos queijos (Figura 58). Foi destacado que somente o queijo produzido segundo o regulamento de uso e no território demarcado da IP Canastra é que poderá utilizar o selo.

“Estamos na fase final de teste do selo caseína com os fornecedores. Este selo virá impresso no próprio queijo, garantindo a origem e a rastreabilidade dele.” (APROCAN)

“É importante dizer que são duas coisas totalmente separadas: uma é a marca coletiva visando reforçar cada vez mais essa identidade do queijo, alinhando produtos e serviços de ótima qualidade. Por exemplo, o café aqui é muito bom. Mas ainda não possui notoriedade. Pensamos então em utilizar a marca coletiva nele para começar a ser reconhecido no mercado. Assim como uma quitandeira que produza bolos e pães de queijo de excelente qualidade; ou então guia turístico, um restaurante... E uma outra questão é a da indicação geográfica, que sim vamos utilizar para os queijos e, com o uso do selo caseína poderemos garantir sua produção segundo o regulamento de uso e sua origem na área geográfica da Canastra.” (APROCAN)



Figura 58: Selo caseína no queijo Canastra
Fonte: Acervo pessoal (2016)

Quanto às perspectivas, o entrevistado destacou que o foco da APROCAN está na consolidação da proteção da marca coletiva e da indicação geográfica, bem como na capacitação dos associados e na inserção nos mercados.

Com relação à legislação e comercialização do queijo artesanal, enfatizou a importância de um marco regulatório para garantir a existência da cadeia produtiva dos queijos artesanais.

“O que queremos é produzir nossos queijos com boas práticas de produção, fabricação e com garantia de origem, de forma menos burocrática de controle e, sobretudo, com autonomia, responsabilidade e capacidade de produção para que os produtores e suas respectivas associações/cooperativas possam exercer o autocontrole e autogestão das suas produções, em parceria com os órgãos estaduais de fiscalização. O que queremos é o direito de possuir um marco legal que seja factível e que forneça a segurança necessária para que tanto o produtor quanto o consumidor não fiquem a mercê de uma legislação que priorize as produções industrializadas e massificadas.” (APROCAN)

Neste contexto vale destacar a nova lei federal nº 13.680 de 14 de junho de 2018 sobre a fiscalização de produtos artesanais de origem animal. Esta lei transfere a fiscalização da produção e comercialização de embutidos, queijos de leite cru e méis, entre outros, para os órgãos estaduais, e cria um selo chamado ARTE com a finalidade de classificar esses produtos que terão regulamentação diferenciada. Adicionalmente, determina que a inspeção e a fiscalização da elaboração dos produtos artesanais com o selo ARTE deverão ter natureza

prioritariamente orientadora, por parte dos órgãos de saúde pública (ANVISA) dos Estados e do Distrito Federal.

“Tínhamos realmente uma proposta de marco legal para os queijos artesanais brasileiros, porém com o projeto do selo ARTE está parado. A meu ver este selo é um avanço mas a construção do Regulamento dessa lei merece ser acompanhada.”
(APROCAN)

8.3.2 Produtores

A partir da entrevista realizada com o representante da APROCAN, foram selecionados seis produtores associados para aplicação dos questionários (Apêndice II), com realização de entrevistas abertas e visitas técnicas às instalações das queijarias. Os resultados das respostas ao questionário foram consolidados conforme descrito abaixo:

Tradição

Todos os produtores entrevistados estão localizados em São Roque de Minas, que é o município com maior concentração de produtores de queijo artesanal na Canastra. Os seis produtores assinalaram que estão há pelo menos 3 gerações fazendo queijo da forma tradicional. Dois produtores, há 5 gerações com o saber fazer sendo transferido de pai para filho ao longo dos anos. Toda a produção é feita na propriedade, nas queijarias com rebanho e pastagem próprios. Enquanto a ordenha é um trabalho basicamente masculino, a produção de queijos é essencialmente feminina, com exceção de um produtor, que assinalou que a produção de queijo é realizada por ele.

Quanto à alimentação do rebanho é praticamente toda proveniente de pastagem, sendo também utilizado silagem em períodos de seca por 2 produtores. O Quadro 16 apresenta os nomes comerciais das queijarias visitadas e suas marcas mistas utilizadas nos rótulos embalagens:

Quadro 16: Queijarias visitadas

Nomes comerciais	Apresentação dos rótulos
Estância Capim Canastra	
Roça da Cidade	
Fazenda do Zé Mário	
Fazenda Capão Grande	
Fazenda do Ivair	
Sítio Nossa Senhora Aparecida	

Fonte: APROCAN (2018)

Mercado

No que se refere à comercialização, quatro produtores entrevistados já obtiveram o reconhecimento do SISBI-POA, permitindo a venda para fora do Estado de Minas Gerais. O principal mercado é São Paulo, porém, há também venda para o Rio de Janeiro, como assinalaram três produtores e Bahia, assinalado por um produtor.

Dentre os seis entrevistados, nenhum vende por meio de entreposto. Vale destacar que os produtores do município de Medeiros possuem um entreposto (APROCAME), o primeiro estabelecimento da Canastra a obter o registro do SISBI-POA.

Dentro do Estado de Minas Gerais, a maioria dos entrevistados vendem para o Mercado Municipal de Belo Horizonte, feiras locais e também venda direta na propriedade. Um dos produtores destacou que não vende mais para os queijeiros (que passam nas propriedades para comprar queijo e revender nos mercados dentro e fora de Minas Gerais) para evitar problemas com a fiscalização sanitária.

E como canal de comercialização, cinco produtores assinalaram utilizar a internet e as redes sociais, bem como contam com a divulgação e apoio de chefs de gastronomia que encomendam o queijo diretamente com os produtores.

Produção

Com relação à produção, dois produtores assinalaram que fabricam de 8 a 12 peças por dia; dois responderam de 15 a 20 e dois de 20 a 30 queijos. Um produtor está ainda em reestruturação da fazenda, e tem maior foco na melhoria da produção do leite. Quanto ao rebanho, enquanto um produtor possui mais de 45 vacas, quatro possuem de 25 a 30 e um assinalou possuir 20 no máximo. Um dos produtores enfatizou que apesar de possui 20 vacas, só faz queijo do leite retirado de duas delas.

Os tipos de queijo produzidos pela maioria dos produtores entrevistados são o Canastrinha (300 a 400g) e o Canastra tradicional (900g a 1,3kg). Porém, dois produtores assinalaram produzir também o Canastra Real (5 a 7kg). Os preços de venda variavam, em 2016, de R\$ 25,00 a R\$ 60,00 para o Canastra tradicional. Para o Canastra Real, o peso e tempo de maturação determinavam o preço final.

Um dos produtores assinalou que o ganho é maior com a produção de queijo do que com o leite, enfatizando que não compensaria somente vender o leite:

“Produzindo 7000 litros de leite por mês, teria uns R\$ 7.000,00 bruto, mensalmente. Enquanto que na produção de queijo, se fizer uma média de 17 peças por dia e vender cada uma a R\$ 30,00, ganho R\$ 510,00 por dia mais ou menos, o que me dá R\$ 15.300,00 bruto por mês.” (PRO1-BR)

Entendimento sobre o tema e instituições parceiras

Todos os entrevistados assinalaram que sabiam do reconhecimento da Canastra como Indicação Geográfica e que não estava sendo efetivamente utilizada até o momento. Um dos produtores ressaltou que os investimentos realizados com nas instalações das queijarias, adaptadas à legislação sanitária vigente, inviabilizaria novos gastos com implementação da IG, pelo menos por um tempo até recuperar parte dele.

“Gastei cerca de R\$ 60.000,00 com a reforma da minha queijaria... isso inclui a parte de higienização, as telas de proteção, o clorador de água, a entrada de leite, a área de produção, maturação e expedição. Tudo conforme o manual de boas práticas e regulamentação sanitária vigente. É um investimento grande para gente” (PRO2-BR)

Com relação às instituições que dão apoio aos produtores, todos os entrevistados apontaram a APROCAN e o SEBRAE, bem como o Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (SICOOB), pelo apoio financeiro e logístico, incluindo espaço físico para a sede da associação de produtores. Um dos produtores apontou o apoio do SEBRAE no desenvolvimento e criação das embalagens e marcas nos rótulos dos queijos, e nos vídeos de gestão de negócios, divulgação e marketing da instituição. E a APROCAN, pelo apoio constante em todas as etapas de estruturação, implementação de projetos e divulgação dos queijos da Canastra.

Principais dificuldades

No que se refere às principais dificuldades, dois produtores assinalaram que deveria haver mais estudos sobre o tempo de maturação para que não ficasse restrito aos 22 dias fixados pela legislação.

“Vejo que 22 dias é muito alto. Precisa fazer um estudo para baixar isso. Às vezes com 10 dias tá bom. O meia cura por exemplo é com 10 a 12 dias.... e em 12 dias o queijo já vai ganhando sabor.” (PRO3-BR)

Uma dificuldade apontada pelos produtores é a falsificação dos queijos da Canastra, que ocorre muito em decorrência da fama adquirida nacionalmente.

“As imitações são cada dia mais freqüentes... tem queijo que é fresco e é vendido como Canastra. E ainda são feitos longe daqui.” (PRO4-BR)

“Encontramos muito o “tipo Canastra”. E é todo diferente do nosso. Não pode isso” (PRO5-BR)

Dois produtores assinalaram problemas como o excesso de burocracia e exigências das instituições responsáveis pela fiscalização dos queijos, bem como do tempo dispendido para a realização e aprovação das obras nas queijarias, conforme as regras sanitárias estabelecidas.

“Foram 7 meses de idas e vindas para que o IMA aprovasse a planta da queijaria... também fazer os exames de tuberculose nas pessoas que trabalham na queijaria é muito complicado pois não se consegue marcar com o SUS. Um grande problema é que criam leis e não têm estrutura para amparar e executar” (PRO5-BR)

Um produtor assinalou problemas com a legislação e a falta de pesquisa de marketing na ponta.

“Ao mesmo tempo que há um excesso conflitante de legislação, não temos uma lei adaptada ao artesanal. Precisamos ter uma específica para os queijos artesanais.” (PRO6-BR)

“Um outro ponto é pensar o que a sociedade brasileira quer... é preciso fazer mais pesquisas de marketing e conhecer o nosso público para agregarmos valor cultural ao produto” (PRO6-BR)

8.3.3 MAPA (SFA /MG); IMA; EMATER/MG

Foram efetuadas entrevistas com representantes de instituições federais e estaduais sobre a legislação, fiscalização e comercialização dos queijos artesanais, assim como de apoio técnico, conforme descrito no Quadro 10 do Capítulo 6. Os resultados das respostas aos questionários (Apêndices I, II e III) foram consolidados e descritos abaixo:

- **MAPA (SFA/MG)**

A inspeção de produtos de origem animal no âmbito do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) é da competência do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal – DIPOA, que é representado nas unidades federativas de acordo com a estrutura da Superintendência Federal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento – SFA.

Foi realizada entrevista com um representante da Divisão de Defesa Agropecuária dentro da Superintendência Federal de Agricultura de Minas Gerais (SFA/MG).

Inicialmente o entrevistado destacou a Resolução nº 7 de 2000 do MAPA como a primeira legislação federal sobre queijo artesanal, estabelecendo critérios de funcionamento e de controle da produção de queijarias em Araxá, Serro e Canastra.

“Nesta época, o Ministério da Agricultura realizou uma pesquisa em propriedades rurais produtoras de queijos artesanais destas regiões, avaliando as condições estruturais e de boas práticas. Obtiveram como o resultado uma enorme deficiência estrutural e de higiene na elaboração dos queijos... Este estudo subsidiou o Ministério da Agricultura na elaboração da Resolução nº7.” (SFA/MG)

Segundo o entrevistado, a legislação vigente que trata da produção e comercialização do queijo artesanal inclui tanto a Resolução Nº7/2000, quanto as IN nº30/2013 e IN nº5/2017 e o Decreto nº 9013/ 2017 (novo RIISPOA), trazendo flexibilização para o produtor.

“A Resolução Nº 7/2000 para queijo minas artesanal do Serro, Canastra e Araxá foi muito bem estruturada. Na época não se falava dos outros queijos somente os destas regiões, por isso só incluíram elas... A IN nº 30/2013, deu uma diretriz de saúde básica e a produção a partir do leite cru passa a ser considerada. Já a IN nº 5/2017 é para estabelecimento de pequeno porte, flexibilizou bastante para o produtor. A questão não é a falta de legislação para a produção de queijo artesanal pois a que temos é boa e atende as principais questões sim.” (SFA/MG)

O entrevistado ressalta a importância dos entrepostos e da tradição mineira de venda dos queijos artesanais por meio de atravessadores (queijeiros), que recolhem os queijos dos produtores e depois vendem para os mercados. Muitos atravessadores possuem inclusive centros de entrepostagem próprios. A Resolução nº7/2000 veio então propor o trabalho com os entrepostos pois a grande maioria dos produtores de queijo não tinham estrutura para produzir e conduzir a comercialização. Os entrepostos surgem para concentrar a produção, maturação e venda em um único local.

“Na Canastra há somente um entreposto, no município de Medeiros (APROCAMÉ). Foram os primeiros a legalizar a venda para fora do estado de Minas Gerais. Porém, só tem esse na região, pois os produtores da Canastra preferem manter a produção nas suas propriedades, muito por acreditar que os entrepostos tiram a liberdade individual e interferem nas características particulares dos queijos, pois consideram que a maturação no entreposto padroniza os sabores dos queijos” (SFA/MG)

Segundo o entrevistado, o Ministério da Agricultura é um órgão essencial que avalia a saúde pública. Enfatiza que deve haver sim uma fiscalização e controle cuidadoso na produção de queijo à base de leite cru.

“Se pensarmos bem são cerca de 9.000 produtores de queijo artesanal em Minas Gerais...mas serão milhões de pessoas que vão consumir estes queijos. Não queremos acabar com a produção mas tem que ter cuidados e atenção especial sim. Vejo a produção de queijo com leite cru muito mais como uma exceção do que como uma regra.” (SFA-MG)

Ao mesmo tempo, o entrevistado aponta a importância da legislação para o desenvolvimento e melhoria do segmento:

“Uma diferença de paradigma muito grande para mim... olha só: “Querem promover produção de queijo minas artesanal pela questão cultural, econômica e de desenvolvimento do pequeno produtor. Para que o produtor tenha um ganho, uma

agregação de valor neste produto. Mas será que produtor vai estar ganhando alguma coisa produzindo de forma precária? Ou seja, numa estrutura de fazenda extremamente simples, com dificuldade de energia elétrica, com currais com pouca estrutura, sistema de ordenha simplório que permite a contaminação do leite, com falta de pavimentação nas estradas, falta de equipamentos adequados para ordenha, sem internet.... isto é desenvolvimento? Por que um produtor rural não tem o direito de ter um curral calçado, um local de ordenha coberto, uns equipamentos adequados para fazer a ordenha, até por conta das condições laborais, para não prejudicar a saúde do trabalhador. ... por que não ter uma estrutura mínima, digna para trabalhar. Isso para mim é desenvolvimento rural... as exigências do MAPA são para dar condições mais dignas para o trabalhador, pensando na saúde deles... Todas as queijarias que vi sendo montadas, mudou a qualidade de vida das pessoas que trabalhavam ali... Antes o chão era rachado, soro entrando pelas fissuras... não se conseguia fazer uma boa higiene do local... aí trazia mau cheiro, moscas, era quente, abafado... Estas normas legais visam melhorar as condições de vida e de trabalho dos produtores. Hoje em dia muitos produtores têm orgulho de mostrar as queijarias, de mostrar as melhorias, de trazer turistas. Então o trabalho da legislação, as exigências dos órgãos oficiais promoveram a melhoria da qualidade de vida deles. Do ponto de vista de exigência sanitária não é um exagero e do ponto de vista de dignidade também não é.” (SFA/MG)

Conforme o entrevistado, enquanto o Ministério da Saúde por meio da ANVISA avalia o produto já pronto, o que chega no comércio, cabe ao Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento (MAPA) com suas representações regionais, realizar a inspeção e fiscalização da fabricação e comercialização de produtos de origem animal, onde se inclui o queijo. Adicionalmente, a legislação brasileira define que por ser produto de origem animal, a legalização deve ocorrer em três instâncias: federal, por meio do Serviço de Inspeção Federal (SIF); estadual, com o Serviço de Inspeção Estadual (SIE) e municipal, pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM), conforme destacado pelo entrevistado na Figura 59:

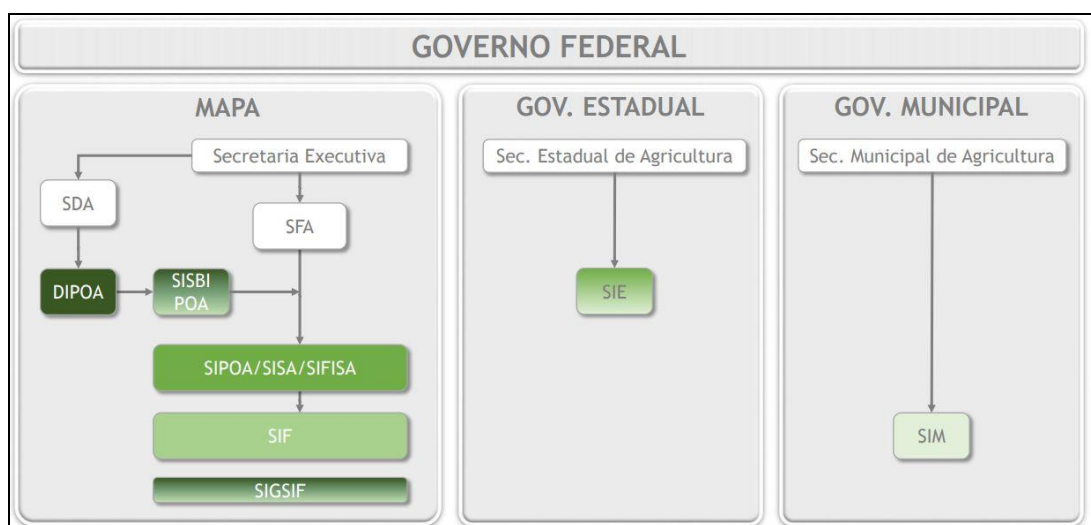


Figura 59: Serviços de inspeção Federal, Estadual e Municipal
 Fonte: MAPA (2018)

Enquanto à nível federal é função do MAPA, para o SIE a competência é das Secretarias Estaduais de Agricultura, ou de órgão vinculados, assim como o SIM, são competentes as Secretarias ou Departamentos de Agricultura dos municípios. No caso de Minas Gerais, o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) é o órgão responsável pelo serviço de fiscalização da produção de queijo artesanal, incluindo o credenciamento de produtores em conformidade com as medidas sanitárias.

O entrevistado enfatiza que diante dessa segmentação em selos SIF, SIE e SIM, o Ministério da Agricultura à título de simplificar e criar um único sistema descentralizado de inspeção sanitária implantou no país o Sistema único de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), conforme visto no capítulo 5 deste trabalho. Em específico para os produtos de origem animal, como no caso do queijo, este sistema unificado se chama Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), fazendo parte do SUASA.

“O SISBI-POA tem objetivo padronizar e harmonizar os procedimentos de inspeção de produtos de origem animal para garantir a inocuidade e segurança alimentar. Assim, para que os municípios e estados possam atuar no SISBI-POA, é preciso solicitar a equivalência dos seus serviços de inspeção, comprovando que tem condições de avaliar a qualidade e a inocuidade dos produtos de origem animal com a mesma eficiência do Ministério da Agricultura. Para garantir um bom funcionamento, são instituídos gestores estaduais para atuarem como técnicos de referência junto às Superintendências Federais de Agricultura (SFA), responsáveis pela divulgação e orientação aos serviços de inspeção interessados na adesão ao sistema.”(SFA/MG)

“O SISBI então traz a equivalência dos serviços de inspeção do Estado para todo o país e autoriza a indústria ou produtor que o recebe a comercializar seus produtos em todo território nacional. O SISBI permite a venda no país todo. Já o selo SIF é nacional e internacional. Se o produtor quiser exportar tem que ter o selo SIF bem como atender as exigências do país importador.” (SFA/MG)

Quanto à segmentação dos selos em três instâncias e sua unificação no SISBI, o entrevistado destaca:

“E um produtor pode ir direto para um SISBI, sem ter que passar por um SIM ou SIE? Sim, claro, desde que seu município esteja capacitado para isso. Tem que ter a equivalência dos serviços de inspeção do município ou Estado para todo país. O MAPA prefere trabalhar com o Estado, uma vez que o número de municípios no Brasil é muito grande. O Estado, por meio de uma autarquia vinculada a uma das secretarias estaduais, conquista essa equivalência que harmoniza e uniformiza procedimentos, consolida as informações cruciais para a defesa agropecuária no país e amplia a oferta de alimentos seguros para a população. Cerca de oito Estados e o Distrito Federal já aderiram ao SISBI. É o MAPA que promove e administra o SISBI. Avalia-se de tempos em tempos se a fiscalização por parte das instituições que adquiriram a equivalência está ocorrendo de forma correta.” (SFA/MG)

Segundo o entrevistado, a questão da segurança alimentar é muito importante e deve ser levada a sério, sendo papel do MAPA fiscalizar e normatizar a produção e comercialização tanto dos produtos de origem animal como o queijo, carnes e mel, como também de bebidas alcoólicas, sucos e vinagre por exemplo. Aponta que muitos países da Comunidade Européia, como a França, a legislação exige controle sanitário rigoroso na produção de queijo de leite cru, com fiscalização freqüente por parte de organismos e técnicos fiscais:

“Nas visitas técnicas realizadas por representantes do MAPA em 2009 e 2011 em regiões francesas produtoras de queijos tradicionais com indicação geográfica como Comté e Ossau Iraty, as instituições entrevistadas ressaltaram que foi a partir da criação do Mercado Comum Europeu, em 1992, que se regulamentou a produção de queijo feito a partir do leite cru. Antes tinham os mesmos problemas que o Brasil de regulamentação do queijo artesanal. Tanto a União Européia quanto o governo francês elaboraram um programa de financiamento de queijarias para regularização dos estabelecimentos do interior do país, obedecendo a uma legislação comum a toda UE.” (SFA/MG)

Um outro ponto realçado é quanto à estruturação e investimentos existentes na França para os produtores rurais:

“Há um apoio do governo estruturado para o produtor. Por exemplo, um agricultor para poder se instalar, iniciando uma atividade rural, precisa fazer um curso de formação de 2 anos, o que o habilita a receber 20 mil euros de subsídio. É necessário um investimento em torno de 120 mil euros para o produtor se instalar, e este valor pode ser financiado pelo governo francês. Caso o produtor não queira fazer o curso agrícola de 2 anos, ele ainda assim pode se instalar, porém não recebe o subsídio do governo.

“Da mesma forma, observamos que há um espírito associativista muito forte na França. Por exemplo, os produtores de leite têm um controle muito grande do processo de produção e são muito organizados... é mais fácil intervir na cadeia produtiva... Quando eles viram que a brucelose e tuberculose era um problema, os produtores se mobilizaram. Tiraram uma parte da receita de sua produção leiteira, pagaram uma instituição de pesquisa e propuseram um projeto ao governo para erradicação das doenças. Adicionalmente, todos os produtores têm que ter um curso na área, um 2º grau agropecuário e cada animal tem uma identidade, um registro para controle. Tudo tem que ser muito bem registrado, com documentação e medições realizadas para apresentar aos fiscais de controle.” (SFA/MG)

Segundo o entrevistado, no caso do Brasil, é preciso fortalecer o associativismo, bem como estabelecer programas de governos mais interligados e coesos em prol do desenvolvimento do segmento de queijo artesanal.

“Há um lado pensando na legislação, outro fazendo extensão rural... ONGs tentando proteger o queijo, existe a mídia, questões políticas... ou seja, são muitos ruídos que acabam atrapalhando esta coesão.” (SFA/MG)

“Um aspecto observado nas visitas às queijarias francesas, é que lá a produção é estratificada, onde produtores de leite, transformadores e maturadores de queijo produzem de forma separada, numa cadeia produtiva fragmentada. Acabou abrindo espaço para as grandes empresas... Temos que ter atenção a isso.” (SFA/MG)

Com relação aos principais desafios para o queijo minas artesanal, o entrevistado destacou:

“É preciso definir a questão da maturação, que a meu ver é o principal ponto de estrangulamento. Temos que definir isso de uma forma bem clara para todos. Tem que ter uma diretriz mais sustentada e mais uniforme. Porque senão fica uma competição desleal. As queijarias legalizadas competem muito com as que não estão... O consumidor fica confuso em relação a isso também. E aí, o que nós vamos considerar como tempo de maturação para servir de regra para todos? Prá isso tem que ter pesquisa, prá ajudar nesta definição... e junto com a maturação, tem questões como a qualidade da água, boas práticas de ordenha e fabricação do queijo que são essenciais na estruturação da produção.... Outros pontos de extrema importância neste segmento são as reformas das queijarias e anexos (curral e salas de ordenha), a existência de linhas de crédito para os produtores que querem se regularizar, e uma contínua assistência e formação técnica para os produtores, durante toda a vida do estabelecimento.” (SFA/MG)

- IMA

O Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) é uma autarquia vinculada à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento, criada em 1992, com sede no município de Belo Horizonte e jurisdição em todo o Estado de Minas Gerais. Tem por finalidade executar as políticas públicas de produção, educação, saúde, defesa e fiscalização sanitária animal e vegetal, bem como a certificação de produtos agropecuários no Estado. Cabe então ao IMA fiscalizar a elaboração de produtos de origem animal, como os laticínios, indústria de carne, frigoríficos, mel, pescados, ovos e queijarias (fabricação de queijo na forma artesanal, a base de leite cru).

Foi realizada entrevista com um representante da Gerência de Inspeção de Produtos de Origem Animal que conta com um corpo técnico de 18 pessoas. O instituto possui cerca de 90 fiscais agropecuários (médicos veterinários) e 130 fiscais assistentes (nível médio).

Inicialmente, o entrevistado define o âmbito de comercialização e os registros vinculados aos Produtos de Origem Animal (POA):

“A indústria que quer comercializar dentro do município deve se registrar no Serviço de Inspeção Municipal (SIM), que é vinculada à Secretaria ou Departamento de Agricultura do município. A indústria que comercializa dentro do Estado, tem que ser registrada no SIE, que no caso de Minas Gerais é o IMA. Aquele que vende prá fora do estado e quer exportar aí é o SIF, que é o MAPA que fiscaliza. Para o caso do selo SISBI, a fiscalização está sob a responsabilidade do Estado ou Município que tem a equivalência.” (IMA)

Destaca que o SISBI é um programa específico do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA):

“O que houve é que em 2006, por meio do Decreto 5.741, regulamentou-se o funcionamento do SUASA, e dentro dele criaram um programa específico que é o SISBI. Foi uma quebra um pouco da Lei Federal nº 7.889, onde alguns estabelecimentos poderiam fazer o comércio prá fora do estado. A SUASA engloba

SISBI-POA, SISBI-Vegetais e SISBI-Insumos. O SISBI- POA cuida da inspeção dos produtos de origem animal, para se garantir a inocuidade e a segurança alimentar.” (IMA)

Com relação ao funcionamento do sistema de equivalência, aponta as etapas principais:

“Primeiro os estados ou municípios que queiram aderir ao SISBI devem solicitar a adesão e então serão auditados pelo MAPA, que vai verificar se o serviço é equivalente ao dele. Se obtiver a equivalência, aí sim a partir daí o serviço Estadual ou Municipal pode indicar os estabelecimentos que poderão comercializar pra fora do Estado. O IMA começou a ser auditado em 2007, obtendo em 2011 para carnes, e em 2013 conseguiram a equivalência para os demais produtos. Ou seja, em Minas até 2013 não existia SISBI para as queijarias.” (IMA)

“O IMA então pode indicar estabelecimentos que possam fazer o comércio para fora do Estado. Mas nós também somos auditados todo ano pelo MAPA... Os técnicos do MAPA vão na lista dos estabelecimentos onde o comércio interestadual é permitido. Faz auditoria do serviço do IMA e também dos estabelecimentos que estão com o SISBI.” (IMA)

Conforme o entrevistado, a instituição é responsável pelo credenciamento dos produtores, assim como pela inspeção e fiscalização periódica da produção de queijo. Conta com parcerias institucionais importantes estruturadas no âmbito do Programa de Melhoria do Queijo Minas Artesanal.

“Outras instituições foram inseridas como a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/MG), responsável em fornecer apoio aos produtores de queijo artesanal para melhoria das condições sanitárias dos rebanhos e da ordenha, e, em conjunto com a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), de realizar estudos de caracterização de microrregiões tradicionais produtoras de queijos artesanais. O trabalho realizado por estas instituições, identificava e agrupava os municípios mineiros produtores do queijo artesanal em regiões delimitadas de acordo com as características técnicas, orgânicas e de consumo do produto. Como resultado destas delimitações, foram identificadas microrregiões, como as do Serro em 2002 e a Canastra em 2004, por exemplo. Em 2014, outras regiões como Triângulo Mineiro, Serra do Salitre, Vale do Jequitinhonha, Alagoa e Vale do Suaçuí também foram demarcadas. Porém, há um diferencial na demarcação do IMA e das Indicações Geográficas. A nossa é geopolítica, ou seja, segue a demarcação dos municípios, e não geográfica, como no caso da IG.” (IMA)

Em específico para a região da Canastra, o entrevistado apresenta dados quantitativos de produtores registrados (os que tem SISBI) e os cadastrados (os que vendem no Estado de Minas Gerais) no IMA, bem como as regras para o registro do estabelecimento.

“Com dados de novembro de 2017, a Canastra conta com 5 produtores e 1 entreposto no município de Medeiros, que engloba 5 queijarias, com registro SISBI-POA. Eles podem vender legalmente para fora do Estado. Já como cadastrados, temos 48 produtores e mais o entreposto em Medeiros. Ou seja, hoje, na Canastra são um total de 53 produtores individuais e 1 entreposto registrados na instituição.” (IMA)

“O registro da queijaria no IMA engloba tanto regras sanitárias quanto documentação de licenciamento ambiental e alvará da prefeitura. Na relação de documentos temos o requerimento, comprovantes de exame microbiológico físico-químico da água, do queijo; a carteira de saúde, o memorial descritivo, croquis, planta baixa da queijaria, exame negativo de brucelose e tuberculose de todos os animais; manual de boas práticas; comprovantes de curso de boas práticas com a EMATER, que faz o serviço de extensão e assistência técnica, orientando e ajudando os produtores no que fazer. E para o caso de SISBI, apresentar uma declaração de adesão ao sistema. O fiscal do IMA vai até a queijaria e verifica in loco também.” (IMA)

Conforme o representante do IMA, a partir da IN 30/2013 do MAPA abriu-se a possibilidade de registro, com isso o instituto trabalha com dois tipos de habilitação sanitária: o cadastro e o registro.

“A proposta é unificar isso aí e igualar, para ter controle maior tanto para o Estado quanto para fora.” (IMA)

Quanto à legislação vigente para o segmento, o entrevistado realça que a lei estadual de 2012 não foi construída de acordo com as definições e trabalho do IMA e que ainda falta uma norma legal federal para os queijos artesanais.

“A Lei Estadual de 2012 acabou com a direção que o IMA vinha trabalhando. Ela não foi construída de acordo com as definições e trabalho do IMA com as microrregiões. Existe porém uma nova proposta de lei para queijo artesanal em Minas Gerais e traz uma proposta só, incluindo as discussões entre SEAPA, EMATER, EPAMIG, IMA e produtores.”(IMA)

“Do ponto de vista federal, como ainda não temos uma legislação para os queijos artesanais, como então o MAPA vai fiscalizar as queijarias para dar SIF?” (IMA)

Destaca a atuação de instituições de pesquisa para o desenvolvimento de estudos sobre queijo artesanal, como Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG) e a Universidade Federal de Lavra (UFLA).

“É muito importante o trabalho da EPAMIG para o segmento de queijo artesanal, pois como instituição de pesquisa podem validar mudanças do tempo de maturação, uma questão essencial para a comercialização do queijo artesanal. Também a UFLA vem fazendo estudo sobre o uso do mofo branco nos queijos, para comprovar que não tem risco sanitário.” (IMA)

“Na época da IN 30/2013, surgiu a pesquisa da prof^a Célia da Universidade de Viçosa, que conseguiu estabelecer o tempo de maturação em 22 dias para Canastra e 18 dias para o Serro. Houve uma outra pesquisa, desta vez para Araxá, e conseguiram baixar o tempo de maturação pra 14 dias.” (IMA)

Ainda com relação ao quantitativo de produtores no Estado de Minas Gerais, segundo o entrevistado, atualmente são 9.000 produtores de queijo artesanal. Deste total, 278 são

queijarias cadastradas, havendo somente 7 com SISBI (5 na Canastra e 2 em Araxá). Para a produção industrial, ou seja, os laticínios que fazem queijo com leite pasteurizado e em maior quantidade, os dados do IMA apontam um total de 279 estabelecimentos registrados, sendo que 50 possuem SISBI-POA.

Um dos pontos críticos levantados pelo representante do IMA neste segmento é que há muitos produtores que conseguem comercializar os queijos sem possuir qualquer tipo de registro ou cadastro junto aos órgãos oficiais. Isso desmotiva os regularizados. Adicionalmente, no caso dos que são cadastrados mas que não cumpram as exigências sanitárias na produção do queijo artesanal, como a lei não prevê penalidade para o queijo artesanal, o único instrumento de punição é decadastrar.

“O IMA é responsável pela fiscalização no local de produção e no trânsito. Mas a verdade é que ninguém gosta de fiscal. Mas a gente está vendo que a situação não está boa. Tem um prejuízo grande em função de não ter cadastro ou registro. E também tivemos problemas com alguns produtores com registro no IMA que rotularam uma quantidade de queijo muito maior do que a capacidade de produção própria. Utilizaram rótulos com os registros do IMA em queijos que não atendiam as exigências sanitárias.” (IMA)

Apontou a importância da nova proposta de regulamentação estadual de queijo artesanal, em trâmite até a presente data.

“A proposta de uma nova regulamentação estadual de queijo artesanal foi iniciada pelo IMA. O objetivo é abarcar todos os tipos de queijo, como o cabacinha, queijo parmesão... Não ser somente para o Queijo Minas Artesanal. Seria uma lei genérica e depois dentro de cada regulamento, de cada produto, faz a regulamentação.” (IMA)

Com relação aos principais desafios, o entrevistado aponta a melhoria da parte sanitária como o maior de todos.

“O problema não é de legislação. Se for trabalhar com a lei hoje a gente já se depara com questões sanitárias que não estão sendo feitas a contento. Se todos cumprissem o que está na lei já estaria de bom tamanho.” (IMA)

“Ao mesmo tempo, vejo que a produção artesanal teria que ter algum subsídio, apoio financeiro mesmo...Uma outra questão é que instituições parceiras como a EMATER tem pouca gente pra muito trabalho. E o trabalho deles não é só com produto animal. Tem outros produtos como os vegetais, quitandas, café, por exemplo. As distâncias são grandes e são muitos produtores. Teria que ter mais gente trabalhando nisso, na conscientização, ir no local, juntar produtores, com folders e material informativo para o Queijo Minas Artesanal, para orientar a população.” (IMA)

- EMATER/ MG

A Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER MG) é uma empresa pública que presta assistência técnica e orientações aos produtores rurais, conduzindo projetos e programas de caráter público.

Foi realizada entrevista com um dos responsáveis pela coordenação do Programa de Melhoria do Queijo Minas Artesanal no período de 1998 até 2010.

Os principais pontos destacados pelo entrevistado com relação à atuação da instituição implementação da IP Canastra são:

“No período do ano 2000 até 2008 tínhamos a parceria da ONG francesa FERT, e foi neste período que concentramos o trabalho de Indicação Geográfica. Estive na França visitando algumas regiões com queijos DOC e também em Portugal e na Itália, para sentir como se dava a implementação deste importante instrumento de valorização de produtos artesanais. Aqui no Brasil, fiz alguns cursos sobre Indicação Geográfica, oferecidos pelo Ministério de Agricultura e Universidade de Santa Catarina... Visitei IGs no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Rio de Janeiro. Neste período, junto com a FERT, ajudei a levantar informações na Canastra e escrever o caderno de normas. Fizemos várias reuniões com produtores, mas considero que foram de pouca abrangência. A maioria dos produtores não participava. Até conseguirmos o registro definitivo no INPI, foram feitos vários trabalhos na tentativa de difundir melhor o que era uma Indicação de Procedência para o queijo Canastra. Quando retornei para a coordenação estadual da EMATER MG, a APROCAN já detinha o direito da IP e a Emater se afastou um pouco das ações que desenvolviam.” (ESP/EMATER)

Conforme o entrevistado, a EMATER atua de forma direta com a assistência técnica aos produtores e indireta no trabalho de Indicação Geográfica.

“Depois que me aposentei na EMATER MG, novos coordenadores foram nomeados para o trabalho com o queijo artesanal, mas sei que estes técnicos não participaram de nenhum estudo anterior com indicações geográficas. Sei que eles têm certa dificuldade para entender e alavancar a participação da EMATER neste trabalho. A Emater continua atuando sim com indicação geográfica, mas de uma forma mais indireta. Nos dias 29 e 30 de novembro acontecerá um seminário sobre IG em São Roque de Minas e a Emater terá uma fala. Devo participar no dia 30 numa mesa redonda que discutirá a situação atual e fornecerá sugestões para as ações que se fazem necessárias na alavancagem e uso da marca pelos produtores e suas organizações.” (ESP/EMATER MG)

Quanto aos principais desafios e ações atuais desenvolvidas, o entrevistado apontou:

“Creio que a EMATER MG se afastou um pouco do trabalho de assistência técnica mais direta em função da falta de recursos financeiros e humanos. Os programas não recebem recursos como antigamente e as equipes técnicas tem diminuído, pois não se contrata técnicos há vários anos. Com isto, a atuação mais presente da extensão rural oficial fica muito prejudicada. Sei da boa vontade dos técnicos, mas isto não basta. São mais de 5 anos da implementação da IP Canastra e ainda não utilizam este instrumento como devia ser.” (ESP/EMATER MG)

“Exclusivamente para o trabalho com a IP Canastra é que os técnicos da EMATER se envolvem menos diretamente. A APROCAN e seu corpo técnico e de apoio que

conduzem as atividades e diretrizes junto aos associados. Ocasionalmente a EMATER MG auxilia em alguma demanda desta associação, seja divulgando eventos, levando convites, motivando a participação de produtores, etc. A EMATER tem grande contribuição nos trabalhos com os queijos artesanais da Canastra.” (ESP/EMATER MG)

8.3.4 SEBRAE/MG

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade civil sem fins lucrativos voltada para o fomento e difusão de programas que tem como objetivos o fortalecimento e a promoção de micro e pequenas empresas. O sistema SEBRAE é composto por uma unidade central coordenadora, por 27 unidades e o Distrito Federal que tem autonomia administrativa. O entrevistado é consultor e atua no setor de agronegócio do SEBRAE na unidade Minas Gerais.

Os principais pontos destacados sobre o papel desempenhado pelo SEBRAE no processo de implementação da IP Canastra são:

“A implementação correu sem apoio do SEBRAE. Somente após a obtenção do registro de IG que o Sebrae atuou mais. E por que? Para pedir uma IG, uma associação deve ser formada. O Sebrae atuou e atua ajudando nessa organização dos produtores, fortalecendo a associação, agregando os produtores. Também no reposicionamento do queijo no mercado, levando os compradores até a Canastra e os produtores em eventos de divulgação. E o que vemos? Que a Canastra conseguiu sem o reconhecimento da IG.” (SEBRAE/MG)

Segundo o entrevistado, após a obtenção do registro de indicação geográfica da IP Canastra, vem sendo desenvolvido um trabalho da instituição na região:

“Há dois anos, em 2015, o SEBRAE, fez um trabalho de modelo de negócio junto aos produtores da Canastra e viram que o selo da caseína era importante para associação. O selo da caseína viria marcado no queijo, dando a garantia de que é da região da Canastra... aí você sabe qual é o produtor que faz o queijo e tem as informações técnicas também. Com o selo, você entra no site da APROCAN e pode ver tudo detalhado. É a rastreabilidade do queijo. A partir de 2018 tem previsão de lançarem o selo da caseína.” (SEBRAE/MG)

Com relação aos principais projetos em andamento, apontou os do Sistema de Gestão de Consultoria Tecnológica (Sebraetec) com o queijo artesanal:

“Atuamos na organização das associações principalmente prestando consultorias, como na parte de marketing do material para embalagem dos queijos, onde subsidiamos 80% do valor gasto. O SEBRAE indica as empresas credenciadas no grupo SEBRAE para criar e imprimir as embalagens e rótulos. Há também outros projetos como o de consultoria paisagística e a realização de estudos técnicos como, por exemplo, o da inocuidade dos mofos. Como a inspeção sanitária não reconhece o mofo existente na região, então a equipe técnica do SEBRAE, está coletando os fungos e verificando o tipo e se são inócuos para ser incorporado nos queijos.” (SEBRAE/MG)

Conforme o entrevistado, o governo e a iniciativa privada atuam em parceria com o SEBRAE realizando vários projetos em conjunto.

“Há muita interação com o MAPA e o IMA, que são os órgãos de tratam da legislação e fiscalização da produção e comercialização dos queijos, assim como a EMATER, que presta assistência técnica aos produtores de queijo dentre outros. A parceria não é formal mas existe na prática. Há também a organização de eventos e seminários, como em julho de 2017, onde o SEBRAE junto com a FAEMG (Federação da Agricultura do Estado de Minas Gerais) organizaram o 1º Festival do Queijo Minas Artesanal. Já para os dias 29 e 30 de novembro deste ano, em São Roque de Minas (MG) haverá um evento técnico para tratar sobre a IP Canastra, a qualidade do leite, o regulamento de uso, dentre outros pontos de interesse dos produtores. É preciso que o mercado e o consumidor conheçam mais sobre as IGs.” (SEBRAE/MG)

Em específico, sobre os projetos realizados pelo SEBRAE na IP Canastra, o entrevistado cita a marca coletiva desenvolvida em conjunto com a associação de produtores APROCAN, com objetivo de ser utilizada em outros produtos da região.

“Vai ser usada mais para incluir outros produtos da região, como doces, lingüiça, dentre outros. Comercialmente é bom. Assim como a indicação geográfica Vale dos Vinhedos usa a APROVALE.” (SEBRAE/MG)

Adicionalmente destaca que o trabalho junto à IP Canastra é auxiliar os produtores e a organização da associação:

“O Sebrae realiza análise de custos e aplica-se o 5S... também ajudamos na impressão de rótulos bem como levamos os produtores nos eventos como a missão técnica de produtores no Vale dos Vinhedos e no Espírito Santo em Venda Nova do Imigrante. Ao mesmo tempo levamos os compradores lá na Canastra.” (SEBRAE/MG)

Enfatiza que o objetivo do SEBRAE para as IGs é agregar valor, vendendo a identidade da região para o produto.

Sobre a legislação, o entrevistado destaca que existe uma proposta de uma nova lei mineira incluindo outros tipos de leite como o de búfala, de cabra, assim como há uma proposta de norma legal à nível federal.

“Houve uma forte pressão dos chefs de cozinha para que se diferenciasse mais...Um ponto importante é que os produtores têm dificuldade de manter o SISBLA legislação tem que se adequar mais aos queijos artesanais. Tem a parte estrutural, com exigências muitas vezes para padrões industriais e não artesanais. Um controle de processo com excesso de controle de planilhas, de uso de cloro, por exemplo. E, claro, é preciso adequar a legislação mas garantindo a segurança alimentar.” (SEBRAE/MG)

Com relação aos principais desafios para o segmento de queijo artesanal, o consultor do SEBRAE MG apontou quatro:

“Principalmente vejo necessidade de uma adequação da legislação para os produtores artesanais; melhoria da organização local dos produtores; evolução do conceito de IG tanto para os produtores quanto para a cadeia produtiva e aumentar a comunicação do consumidor sobre as IGs.” (SEBRAE/MG)

8.3.5 Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)

Foi realizada entrevista com um representante da área de Indicações Geográficas (IGs) no INPI, destacando projetos e desafios atuais. Os resultados das respostas ao questionário (Apêndice II) foram consolidados e descritos a seguir:

Equipe e atuação

Inicialmente o entrevistado destaca que a divisão é constituída de 6 examinadores de IG, sendo que 2 ainda estão em treinamento. Os pedidos de IG previstos pela legislação brasileira e examinados pelo INPI abrangem tanto produtos quanto serviços. Com relação aos produtos, o INPI analisa pedidos de registro de produtos agroalimentares como também de não agroalimentares, como os artesanatos.

“Até o momento temos 59 registros, com 49 IP e 10 DO. Dentre eles apenas um é IG de serviço, o Porto Digital, para serviços de TI. A maioria dos pedidos são de produtos agroalimentares mas temos muitos pedidos de artesanato. Aliás, o último pedido do ano passado foi para artesanato e o primeiro deste ano também.” (INPI)

“Os pedidos ainda são todos em papel mas estamos em processo de digitalização da documentação. Em breve o pedido de registro será digital. Atualmente estamos examinando pedidos de 2016. O exame de IG na divisão inclui o exame formal e técnico. Fazemos exigências em relação a forma, caso necessário, e depois publicamos o pedido que segue para exame técnico. Uma vez publicado o pedido não se faz mais exigência.” (INPI)

Instrução Normativa

Quanto à legislação vigente, o entrevistado apontou que a Instrução Normativa nº 25 de 2013 do INPI, completou cinco anos e que precisa ser aprimorada.

“Estamos em processo de discussão e elaboração de uma nova instrução normativa de IG. Cinco anos se passaram desde a de 2013, e sentimos que são necessárias algumas alterações. Um termômetro foram as petições de produtores que entravam depois do registro de IG e que não podiam ser conhecidas por falta de objeto, justamente por não existir previsão legal na IN25. Assim, qualquer petição de alteração no Regulamento de Uso ou mesmo de ampliação ou redução da área geográfica delimitada, como no caso da Canastra, que incluiu um novo município, pela IN atual, não é possível.” (INPI)

“Destaco também que foram publicadas recentemente algumas Notas Técnicas (4, 5 e 6) decididas pelo Conselho do CPAPD, que fazem complementações à IN25. Uma delas por exemplo, prevê colocar o nome do produto na apresentação da IG, o que anteriormente não era possível.” (INPI)

Projetos do setor e parcerias institucionais

O entrevistado enfatiza que o fomento das IGs não é atribuição do INPI e que atualmente a disseminação do conhecimento é feita por instituições parceiras como MAPA e SEBRAE que atuam em várias regiões do país.

“A equipe de IG é reduzida e temos que focar no registro, na qualidade técnica do exame. No exame de IG, sempre dois examinadores vêm até a chefia reportando os principais pontos, havendo trocas de ideias constantes. Além de IG, a divisão também analisa marcas coletivas e de certificação. Estamos em dia com os pedidos. Adicionalmente, há estudos sendo realizados pelo setor para melhoria e aperfeiçoamento do exame de IG, bem como temos participado de forma ativa nas discussões do projeto “Diálogos Setoriais Brasil e União Européia”, em seminários organizados pelo MAPA, que tratam sobre mudanças da legislação, selo geográfico único e experiências internacionais em IG. Até o final do ano os resultados deste projeto serão compilados e apresentados.” (INPI)

“Quanto às parcerias institucionais, o INPI tem um acordo de cooperação com o SEBRAE já tem alguns anos. Desta cooperação, um dos resultados foram os catálogos das IGs brasileiras. O próximo catálogo será na versão digital... Entre o INPI e o MAPA não há um acordo formal enquanto entre o MAPA e o SEBRAE há acordo sim.” (INPI)

Interação com setor de Marcas

O entrevistado aponta que existe muita interação com o setor de marcas:

“Utilizamos a base de marcas e informamos se há ou não alguma marca que contenha aquele nome geográfico, em classes iguais ou semelhantes. Aliás, neste aspecto estamos fazendo um estudo para dizer o que é ou não confundível com o produto da IG. Por exemplo, você confundiria queijo da Canastra com pão de queijo Canastra? O COPEX decidiu sobre isso. Queremos então cada vez mais aprofundar sobre as semelhanças e afinidade entre os produtos para as IG e as marcas.” (INPI)

Diferenciação da Marca Coletiva e IG

“Precisamos deixar claro que marca coletiva não tem a mesma finalidade que a indicação geográfica. A marca coletiva faz menção a uma determinada entidade e não inclui a delimitação geográfica da IG. Por outro lado, uma indicação geográfica requer um associativismo forte. Pedir como marca coletiva ou IG? A questão é, o que vc quer fazer com aquele ativo de PI? Um exemplo que tivemos recentemente foi de um grupo de produtores que disseram que estavam em uma fase de forte competitividade entre eles e pouco associativismo. A IG então não seria o mais indicado.” (INPI)

O entrevistado ressalta que o manual de marcas atual não permite a transferência ou cessão de uma marca coletiva.

“Pois a marca coletiva faz menção a uma determinada entidade, se a função dela é determinar uma entidade não faz sentido passar para outra. Fizemos uma pesquisa em outros países e nos alinhamos com eles, que também não permitem esta transferência.” (INPI)

Principais desafios

Segundo o entrevistado, um dos principais desafios é tentar lidar com uma equipe reduzida, em vários assuntos e manter a equipe motivada.

“Devemos buscar sempre o aprimoramento do conhecimento sobre o tema de IG, marca coletiva e de certificação e realizar um exame técnico de qualidade. Da mesma forma, estamos digitalizando a documentação de IG e inclusive já estão disponibilizados todos os regulamentos de uso das IGs brasileiras. Em breve teremos o pedido digital também. E claro, estamos focados na elaboração de uma nova instrução normativa de IG, sendo um dos projetos para este ano ainda e já em fase de discussão.” (INPI)

8.4 Marcas de produtores registradas no INPI

Com objetivo de atender às questões desta pesquisa, foram efetuadas buscas no banco de dados do site oficial do INPI sobre os pedidos e registros de marcas relacionadas aos produtores da IP Canastra, incluindo pedidos de registro de marca individual e coletiva.

Como resultado da pesquisa realizada verificou-se que, até maio de 2018, poucos produtores possuíam pedidos de registro de marca individual no INPI, na classe 29 para queijos, conforme dados mostrados no Quadro 17 a seguir:

Quadro 17: Pedidos de registro de marca

Marca	Apresentação	Situação
Roça da Cidade		Registro Concedido em 11/09/2018
Queijo do Ivair		Registro Concedido em 24/04/2018
Queijo do Johne		Pedido depositado em 02/10/2017
Estância Capim		Pedido depositado em 28/12/2017
Pingo do Mula		Registro Concedido em 02/01/2018
Capela Velha		Pedido depositado em 22/05/2018
Recanto Sabiá	Nominativa	Pedido depositado em 17/05/2018

Fonte: INPI (maio/2018)

Para o período estudado, foram identificados sete produtores de queijo com pedido de registro de marca, três deles já com registros concedidos. Vale destacar que dentre os produtores entrevistados, três não possuíam nenhum pedido de registro depositado no INPI até maio de 2018, sendo queijos premiados em competições nacionais e comercializados dentro e fora do Estado de Minas Gerais.

Com relação à associação de produtores da Canastra, segundo o banco de dados do INPI, a APROCAN possui três registros de marca coletiva concedidos até o presente, conforme vimos no item 8.3.3 deste capítulo, bem como quatro pedidos de registro de marca de serviço.

O pedido da marca coletiva “Região do Queijo da Canastra” foi depositado pela APROCAN em 08/06/2016 no INPI, na classe 42, para *controle de qualidade de produtos ou*

serviços prestados por profissionais, com registro tendo sido concedido em 18/07/2017. Um outro pedido de marca foi depositado pela associação, com esta mesma apresentação, na classe 29, para queijos, tendo sido indeferido pelo inciso IX do art 124 da LPI, por reproduzir o termo “Canastra” protegido como indicação geográfica no INPI. Vale lembrar que tal dispositivo legal não abre exceções quanto à possibilidade de registro como marca de nomes geográficos reconhecidos como indicação geográfica, independente do requerente da indicação geográfica e o da marca coletiva serem a mesma entidade. Ou seja, mesmo sendo a APROCAN titular em ambos os pedidos (IG e marca coletiva), as previsões legais atuais não permitem o registro da marca com o termo geográfico da IG.

Como vimos no capítulo anterior, na França é permitido que a associação responsável pela IG possua uma marca da associação com o uso do nome geográfico. Um exemplo é a marca coletiva *Roquefort* com o desenho de uma ovelha vermelha, de titularidade da *Confederação Geral dos produtores de leite de ovelha e das indústrias de Roquefort*, que é o mesmo requerente da indicação geográfica AOP Roquefort. Neste aspecto, o regulamento europeu permite a utilização de marca coletiva com a utilização do termo geográfico protegido, desde que requerido pela própria associação de produtores, pois a proteção dos nomes de origem na CE se dá somente para a designação nominativa e não inclui apresentação gráfica ou figurativa.

Uma outra apresentação de marca coletiva foi então requerida pela APROCAN retirando-se o termo irregistrável “Canastra”. O pedido “Região do Queijo” foi depositado em 23/05/2016 na classe 29, para queijos, com concessão pelo INPI em 14/03/2017. A associação também depositou um pedido de marca coletiva com o signo “APROCAN”, para o produto queijo (classe 29), com concessão do registro em 28/11/2017.

- **Marcas com “Canastra” e termos retificativos**

O fato do nome geográfico ser registrado como marca não impede seu reconhecimento como IG. Entretanto, esta situação pode ser motivo de conflito entre o titular da marca e os produtores localizados na área geográfica da IG, pois a marca é reconhecida nacionalmente e pode ser cedida ou transferida à outros titulares, como previsto na Legislação da Propriedade Industrial (LPI)⁵⁸.

No caso da Canastra, conforme dados obtidos no sistema de marcas do INPI (IPAS, 2018), há um pedido de registro de marca “Paiol da Canastra” (nº 901791423) para laticínios, depositado em 15/07/2009 e concedido em 05/06/2012. A data de depósito do pedido de registro da IG Canastra é 16/04/2010, portanto, posterior ao pedido da marca. Entretanto, vale destacar que a associação de produtores da Canastra apresentou um pedido de caducidade da marca em 08/12/2015, ainda pendente de análise no INPI.

Uma situação que pode acontecer a partir do momento que não há a apropriação dos benefícios do registro de IG, é o aparecimento de marcas que utilizam o nome geográfico “Canastra” em seu rótulo, inadequadamente pois pertencem à uma outra região, como é observado na Figura 60. A marca “QSP São Pedro” foi depositada no INPI em 29/05/2012 sob o nº 904846903 pela empresa Entrepasto de Laticínios São Pedro Ltda, e concedida em 22/04/2015. A região em destaque no rótulo é “Canastra”, porém vemos que seu endereço é no município de Araxá, que além de não pertencer à região delimitada da IP Canastra, foi identificada pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) como uma região produtora de queijo minas artesanal, por meio da Portaria nº 594 de 10 de junho de 2003, sendo o nome geográfico “Araxá” uma potencial IG.



Figura 60: Marca QSP São Pedro
Fonte: Acervo pessoal (2018)

⁵⁸ No caso específico de ser um pedido ou registro de marca Coletiva, o INPI estabeleceu no seu Manual de Marcas: “não considerar aplicável o pedido de transferência do registro ou pedido de marca, sendo indeferido com base no art. 134 da LPI c/c inciso III do art. 123” - Sessão de Transferência, item 8.6.

Uma outra situação, cada vez mais recorrente, é encontrar no mercado o queijo “tipo Canastra”. Em função da notoriedade adquirida nos últimos anos, o nome Canastra vem sendo utilizado em muitos queijos que não seguem o método tradicional de fabricação do queijo minas artesanal e tampouco são produzidos na região da IP Canastra. Na Figura 61 vemos, no rótulo, o uso do termo retificativo “tipo” e em seguida o nome geográfico protegido (Canastra). Este queijo com marca Minas Rio é produzido no Estado do Rio de Janeiro a partir de leite pasteurizado e não segue as técnicas tradicionais do queijo minas artesanal da Canastra. Além de induzir o consumidor ao erro, descaracteriza o verdadeiro produto e prejudica os produtores da região. Há que se ressaltar que Canastra não é um tipo de queijo mas sim um nome geográfico reconhecido.



Figura 61: Marca Minas Rio
Fonte: Acervo pessoal (2018)



Figura 62: Marca São Roque
Fonte: Acervo pessoal (2016)

Um outro exemplo é mostrado na figura 62, onde o queijo com a marca São Roque é produzido por uma empresa localizada no município de Carmo do Paranaíba, na região do Alto Paranaíba (Cerrado) que, além de não pertencer à região delimitada da IP Canastra, foi identificada pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) como uma região produtora de queijo minas artesanal, sendo seu nome geográfico “Cerrado” uma potencial IG.

Vale notar que a legislação brasileira de propriedade industrial (LPI) vigente, em seu art. 193, permite o uso de termos retificativos (tipo, espécie, gênero...) desde que ressalvada a verdadeira procedência do produto. Porém, há que se destacar outros dispositivos da LPI que proíbe a venda ou fabricação de produto que apresente falsa indicação geográfica (art. 192) e que estabelece a exclusividade do uso da indicação geográfica aos produtores locais (art. 182). Assim, é possível identificar que existem dispositivos legais que abrem possibilidades de configuração do uso de “tipo Canastra” como um ato de concorrência desleal.

9. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Este capítulo apresenta uma análise comparativa entre os dois casos estudados, a partir dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas com produtores e instituições francesas e brasileiras, em conjunto com dados secundários oriundos da pesquisa bibliográfica e documental. As questões e objetivos propostos no estudo nortearam as categorias de análise.

9.1 Principais diferenças dos sistemas de proteção dos nomes de origem

- Na França, o sistema de proteção dos nomes de origem envolve duas instituições públicas e no Brasil uma. Os registros AOC/AOP, IGP e ETG estão sob responsabilidade do INAO desde 1992, exclusivamente para produtos agroalimentares. Como o sistema não foi estruturado para proteção dos demais produtos e com as recorrentes imitações e falsificações, em 2015 o INPI francês assumiu a função de concessão de registros de Indicação Geográfica (IG) para produtos de artesanato e industriais, porém não para serviços. No Brasil, o INPI é o órgão responsável pela concessão de IG, nas espécies IP e DO, para todos os tipos de produto e também de serviço, desde 1996 pela Lei nº 9.279 (LPI).
- As AOP, IGP e ETG são registros europeus e não franceses. O INAO atua na etapa nacional de reconhecimento.
- O reconhecimento em nível nacional não representa um direito de propriedade industrial, tendo em vista que o INAO é um órgão do Ministério da Agricultura. A concessão do registro AOP, IGP e ETG está sob a responsabilidade da Comissão Européia (CE), que após receber o pedido do INAO, examina e decide, podendo conceder ou não o registro.
- No Brasil, a indicação geográfica é um instrumento de direito privado onde não há titular mas sim um gestor da IG, enquanto na França é de direito público e o registro atua como uma licença/autorização para uso do nome geográfico.
- A estruturação do INAO prevê comitês especializados e comissões de pesquisa, compostos tanto por técnicos da instituição quanto profissionais externos, que atuam diretamente com as associações de produtores, reconhecidas como Organismos de Defesa e

Gestão (ODG). O INAO possui cerca de 260 funcionários e é parcialmente financiada pelo Ministério da Agricultura (70%), sendo o restante oriundo de taxas cobradas à indústria.

- É papel do INAO auxiliar os produtores na elaboração do caderno de especificações, realizar a delimitação da área geográfica, bem como supervisionar os planos de controle, que são executados por organismos de certificação independentes. Os custos referentes aos controles dos produtos AOP, IGP, ETG são arcados pelos produtores. No caso do Camembert de Normandie os valores variam de 300 a 400 euros por controle, onde os *fermiers* são controlados anualmente e os produtores de leite a cada três anos.
- Há um suporte constante do INAO ao ODG, com participação da instituição nas reuniões técnicas e assembléias do ODG, bem como nas reuniões anuais entre ODG e os organismos de certificação independentes, para acompanhamento das avaliações e relatórios de controle.
- No Brasil, a elaboração do regulamento de uso e a delimitação da área geográfica são realizadas pelos produtores em conjunto com instituições públicas e privadas (SEBRAE, MAPA, EMBRAPA, IPHAN, Universidades, IMA, e diferentes órgãos municipais, estaduais e federais) que atuam na IG, por meio de convênios e projetos de parceria. Não há atuação do INPI nesta etapa.
- Não há definição na lei nem instrução normativa do INPI quanto à estrutura de controle a ser adotada pelas indicações geográficas no Brasil, prevalecendo na prática o autocontrole e o controle interno da produção.
- INPI não tem responsabilidade no plano de controle nem na fiscalização da IG, assim como não tem em todos os outros ativos de PI (marcas, patentes, desenho industrial, etc.).
- A proteção AOP ou IGP da União Europeia é somente para a designação nominativa, enquanto no Brasil se estende, caso vontade do requerente, à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica (art. 179/LPI).

- Os produtores podem realizar alterações no caderno de especificações e na delimitação da área geográfica, sob aprovação do INAO e posterior publicação do documento final. Não há previsão legal para realização de alterações na documentação de IG no INPI/Brasil.
- O tempo médio de concessão do registro AOP e IGP (INAO + UE) é de sete anos, sendo a etapa de delimitação da área geográfica a mais longa. No INPI/Brasil é de dois anos, a partir da solicitação do pedido de IG.
- No Brasil, há a elaboração e publicação anual do Mapa Geográfico das IGs brasileiras pelo IBGE. Não há mapa similar na França.
- Há indicações geográficas brasileiras com conhecimentos tradicionais protegidos como bens culturais imateriais pelo IPHAN. Não há registro similar na França.

9.2 Principais vantagens e limitações

AOP Camembert de Normandie

- Para o segmento estudado, a pesquisa mostrou que a definição que mais se aproxima do termo artesanal no Brasil é o *fermier*. Pela definição francesa, ser *fermier* é necessariamente utilizar leite cru e métodos tradicionais na fabricação do queijo, realizando todas as etapas (leite e queijo) de produção na propriedade, como é para o queijo minas artesanal. Como a minoria dos queijos AOP ou IGP na França são *fermiers*, o mais indicado é dizer que estes queijos são tradicionais e não artesanais.
- Para os produtores de Camembert de Normandie, o registro AOP é uma forma de valorizar a singularidade de um produto, dar uma identidade às regiões agrícolas e proteger sua biodiversidade e suas paisagens. Foi destacado que provavelmente a região da Normandie teria se tornado uma área agrícola comum, com rebanho mantido em estábulos e sem as pastagens características que trazem o diferencial do leite e queijo produzidos. Sobretudo, a proteção por AOP garantiu a preservação do conhecimento tradicional de produção do Camembert, fixando o produtor no campo e evitando o êxodo rural, sendo uma importante

fonte de renda e emprego. Foi ressaltado que o produto AOP permite o desenvolvimento de outras atividades que são importantes para a economia local, como por exemplo o turismo, atraindo visitantes para a região da Normandíe. Um outro ponto evidenciado pelos produtores é que o produto AOP garante preços maiores na venda do litro de leite, enquanto os valores pagos pelos laticínios ao tipo padrão são muito baixos, sendo motivo de grande insatisfação e recorrentes manifestações na França.

- Com relação à cadeia produtiva do queijo Camembert de Normandíe, assim como na maioria dos queijos tradicionais na França, a produção de leite é realizada principalmente por pequenos produtores, enquanto a transformação e maturação do queijo por médias e grandes empresas. Neste segmento, o mais freqüente é comprar o leite de produtores da região e a fabricação do queijo acontecer em outro estabelecimento. A pesquisa de percepção identificou que essa fragmentação da cadeia produtiva permitiu que as grandes empresas entrassem na produção de queijo tradicional.

- Apesar do Camembert ser um dos queijos de maior renome na França e no exterior, o Camembert de Normandíe não é o mais conhecido ou vendido dentre os demais queijos AOP. Isto pode ser compreendido uma vez que, a notoriedade adquirida é muito mais para o termo Camembert, que é genérico e de uso comum na França, desde 1926, do que para o Camembert de Normandíe. Da mesma forma, há uma diferença enorme no volume de produção entre os dois: apenas 5% do volume total de Camembert produzido em toda a França é Camembert de Normandíe. Campanhas de divulgação em defesa dos produtos de laticínios AOP são realizadas pelo CNAOL, pois ainda muitos consumidores franceses não sabem identificar um queijo AOP dentre os demais. A mais recente, com início em janeiro de 2018 e duração de dois anos, conta com um orçamento de 8 milhões de euros, sendo 80% financiado pela União Europeia.

- O principal problema identificado pelos produtores da AOP Camembert de Normandíe é que nos últimos dez anos grandes empresas se instalaram na região e passaram a produzir Camembert genérico, sem utilizar os métodos de fabricação da AOP Camembert de Normandíe, inserindo a expressão *Fabriqué en Normandíe* (Fabricado na Normandia) nos rótulos e embalagens. Se em 2006 o volume de produ o de Camembert AOP era de aproximadamente 13 mil toneladas, em 2016 caiu para 5 mil toneladas (CNAOL, 2017). Esta

queda substancial está associada ao crescimento do volume destes Camembert industrializados que só em 2016 atingiu o valor de 60 mil toneladas de queijos produzidos. Com isso, há uma grande confusão do consumidor que não sabe diferenciar um Camembert AOP do outro genérico. A pesquisa mostrou que um dos principais motivos deste problema perdurar foi a forte pressão das grandes indústrias da região e o pouco empenho do poder público, incluindo o Ministério da Agricultura e INAO, assim como o órgão que fiscaliza as fraudes (DGCCRF), permitindo que a situação durasse tanto tempo. À nível europeu, apesar da solicitação feita pelos órgãos franceses para que proibissem o uso de “*Fabriqué en Normandie*”, a Comissão Europeia manifestou-se não ser possível intervir por se tratar de uma questão interna do país.

- Em decisão recente, publicada pelo INAO no início do ano de 2018, foi proibido o uso da expressão “Fabricado na Normandia” nos Camembert industriais produzidos na região. Porém, este projeto, que deve durar até 2021, exigirá alterações significativas no caderno de especificações da AOP Camembert de Normandie que preocupam muitos produtores. Dentre as alterações, algumas são vistas como positivas pelos produtores, como o aumento do percentual obrigatório de 65% de vacas normandas no rebanho em cada propriedade (atualmente são 50%), valorizando a matéria-prima local. Por outro lado, o projeto incluirá o uso de leite pasteurizado ao invés do cru no processo de fabricação, o que pode ser prejudicial por descaracterizar o produto e propiciar cada vez mais a produção industrial.

- Com relação ao uso de outros instrumentos de propriedade industrial em conjunto com o registro AOP Camembert de Normandie, todas as empresas produtoras de queijo possuem pelo menos uma marca registrada no INPI-Fr. Um dos produtores *fermiers* da região, além do registro de duas marcas (*Le Champ Secret* e *Le Bio Camembert*) possui o reconhecimento pela produção orgânica por meio do selo BIO, concedido pelo INAO. Seus rótulos incluem a marca individual, o selo AB em conjunto com o registro e selo geográfico AOP da União Europeia. Porém, não há marcas coletivas registradas ou solicitadas no banco de dados do INPI até agosto de 2018. Neste aspecto, como a proteção dos registros AOP e IGP é somente para a designação nominativa da indicação geográfica, o regulamento europeu permite a utilização na rotulagem das marcas coletivas para representar graficamente sua AOP ou IGP. No caso do Brasil, a legislação brasileira de propriedade industrial estabeleceu proteção tanto

na parte nominativa quanto figurativa da indicação geográfica, e muitos registros de IG possuem apresentação gráfica.

IP Canastra

- A pesquisa evidenciou que não há uma definição para queijo artesanal no Brasil, somente para Queijo Minas Artesanal (QMA), sendo estabelecido pela lei mineira de 2002 como “o *queijo confeccionado conforme a tradição histórica e cultural da região do Estado onde for produzido, a partir do leite integral de vaca fresco e cru, retirado e beneficiado na propriedade de origem*”. É possível observar que essa definição é específica para o queijo minas artesanal, não contemplando outras regiões brasileiras produtoras de queijos artesanais, como por exemplo, Marajó no Pará, onde o queijo é feito com leite de búfala, ou mesmo outros queijos artesanais de leite de vaca fabricados dentro do Estado de Minas Gerais, como o queijo cabacinha do Vale do Jequitinhonha ou o parmesão de Alagoa. Observa-se também que pela definição da lei, o leite deve ser retirado e beneficiado na propriedade de origem, ou seja, o leite não pode ser comprado de terceiros e sim deverá ser produzido pelo próprio produtor do queijo. E vincula-se artesanal à utilização de métodos tradicionais na fabricação do queijo. Vale notar que, não há menção ou qualquer associação do termo *artesanal* ao volume de queijo produzido na propriedade.

- No caso da IP Canastra, a pesquisa de percepção mostrou que o processo de obtenção do registro de indicação geográfica, concedido em 2012 pelo INPI, permitiu a organização dos produtores e o fortalecimento da associação, bem como trouxe visibilidade e reconhecimento nacional à região. Porém, apesar de entenderem como um importante instrumento de proteção de mercado, ainda não utilizam de forma efetiva o registro de IG. Dentre os motivos apontados estão principalmente os conflitos em questões relacionadas à legislação sanitária e à comercialização do queijo artesanal, que concentram os esforços da associação e envolvem custos aos produtores. Para a adequação às normas sanitárias, são necessários investimentos nas queijarias e em procedimentos que geram gastos para os produtores, constituídos a maioria de micro e pequenos estabelecimentos. Quase não há subvenção ou apoio financeiro para os produtores, à exemplo da França que financia cerca de 30% da construção das queijarias, bem como oferece capacitação e treinamento contínuo aos produtores. Foi destacado que o quantitativo de associados ainda é baixo (atualmente são

62 associados num universo de 800 produtores da Canastra) para manter a estrutura de controle e os custos envolvidos com a utilização efetiva do registro de IG.

- Com relação à cadeia produtiva do queijo Canastra, assim como na maioria dos queijos artesanais no Brasil, todas as etapas de fabricação são realizadas por micro e pequenos produtores dentro de sua propriedade, com rebanho, pastagens e queijarias próprias. A produção de queijo artesanal é uma prática familiar tradicional e representa a principal fonte de renda para os produtores. Porém, o número de produtores cadastrados no Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), órgão responsável pelo credenciamento, inspeção e fiscalização da produção de queijo, ainda é muito baixo. Somente 7% do total de produtores da Canastra possuem cadastro no instituto. Conforme a pesquisa de percepção, um dos motivos deste baixo índice reside no fato de haver muitos produtores que conseguem comercializar os queijos sem possuírem qualquer tipo de registro ou cadastro, desmotivando a regularização dos demais. Neste sentido, uma das principais necessidades do segmento, levantadas pelos órgãos de fiscalização e comercialização do queijo artesanal, são linhas de crédito para os produtores que querem se regularizar, bem como uma contínua assistência e formação técnica para os produtores e um trabalho de conscientização, com material informativo sobre o queijo minas artesanal.

- No Brasil, além de algumas leis estaduais como a pioneira em Minas Gerais, de 2002, sobre o queijo minas artesanal, e mais recentemente as do Pará (2011) e Santa Catarina (2018), ainda não há uma legislação federal que regule a fabricação do queijo artesanal de uma forma ampla, incluindo queijos tradicionais em outras regiões do país. Neste aspecto, também na França a legislação sanitária trata da produção de laticínios em geral, com medidas transversais estabelecidas para produção de queijo de leite cru.

- A regulamentação para o queijo artesanal no Brasil, à nível federal, se dá por meio de instruções normativas, resoluções e portarias elaboradas pelo Ministério da Agricultura. Entretanto, há muitas críticas quanto ao grau de exigência das normas sanitárias estabelecidas pois segundo os produtores, atendem mais à padrões industriais do que artesanais. Um dos pontos polêmicos na legislação é quanto ao período de maturação do queijo. Numa visão mais sanitária, as normas legais estabeleceram prazos longos obrigatórios para o processo de maturação, independentes da região de produção do queijo. Porém, os produtores

contrargumentam que, por ser feito de leite cru, o tempo de maturação do queijo varia conforme a região, o clima, pastagem, estação do ano, bem como os métodos de prensagem e de fabricação utilizados em cada lugar, não devendo ser então fixado em lei. No caso da AOP Camembert de Normandie, assim como nos demais queijos tradicionais da França fabricados com leite cru, o período de maturação é fixado somente no caderno de especificações, não sendo incluído na legislação sanitária.

- Quanto à comercialização dos queijos, o Brasil também apresenta particularidades em relação à França. A regulamentação estabelecida pelo Ministério da Agricultura exige três níveis de inspeção para produtos de origem animal: municipal, estadual e federal. Assim, os produtores precisam definir em qual instância irão comercializar. À nível nacional e para exportação, os produtos são legalizados pelo Serviço de Inspeção Federal (SIF) ou, somente à nível nacional no sistema unificado pelo registro SISBI-POA. Para comercialização dentro do Estado os produtos são legalizados pelo Sistema de Inspeção Estadual (SIE), sendo realizado pelo IMA no caso do Estado de Minas Gerais. Dentro dos municípios, a legalização é pelo Sistema de Inspeção Municipal (SIM). Na região da Canastra nove produtores possuem o reconhecimento pelo SISBI-POA e oito estão em processo de obtenção. Para a legalização, as instalações das queijarias e a produção do queijo devem passar pelo serviço de inspeção do IMA, que avalia a qualidade e inocuidade dos produtos para concessão destes registros, com procedimentos diferenciados em função do âmbito de comercialização.

- Recentemente a lei federal nº 13.680 de 14/06/2018 estabeleceu um sistema específico de fiscalização de produtos artesanais de origem animal. A nova lei transfere a inspeção para os órgãos de saúde pública (ANVISA) e cria o selo ARTE, com finalidade de classificar estes produtos que terão regulamentação diferenciada. Porém, a lei ainda não foi regulamentada.

- Com relação ao uso de outros instrumentos de propriedade industrial em conjunto com as indicações geográficas, na IP Canastra existem sete produtores com pedido de registro de marca na classe 29, para queijos, sendo que três são registros concedidos (Pingo do Mula, Queijo do Ivair e Roça da Cidade). Foram identificadas três marcas de produtores da Canastra de renome e premiados em competições nacionais que não possuem nenhum pedido de registro depositado até maio de 2018. Essa situação pode causar problemas futuros aos

produtores locais caso haja o registro destes nomes por terceiros, sendo inclusive produzido em outras regiões do Brasil.

- Além das marcas individuais, a associação de produtores da Canastra possui marcas coletivas registradas para uso dos associados e cooperados em diversos produtos e serviços da região, não exclusivamente o queijo. O objetivo é reforçar cada vez mais a identidade do queijo e também impulsionar produtos e serviços de qualidade da região, vinculando-os à notoriedade do nome Canastra. Adicionalmente, a associação irá utilizar uma de suas marcas coletivas em selos de caseína impressos na superfície dos queijos, uma tecnologia muito utilizada na França que permite garantir a rastreabilidade do produto. Foi destacado que a motivação para o uso do selo caseína surgiu pelo fato do pedido de registro de IG ter sido feito somente na forma nominativa. O nome geográfico Canastra será impresso em conjunto com a marca coletiva no selo caseína, sob o controle da associação.

- Uma das grandes preocupações dos produtores de queijo da região é que, em função da notoriedade adquirida nos últimos anos, o nome Canastra vem sendo utilizado nos rótulos de muitos queijos que não necessariamente são da região, tampouco seguem o método tradicional de fabricação do queijo minas artesanal. É cada vez mais freqüente encontrar produtos no mercado “tipo Canastra”, o que é muito prejudicial, pois além do risco de confusão para o consumidor, diminui o poder de venda do queijo artesanal produzido na região, descaracterizando-se o verdadeiro queijo Canastra.

10. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O estudo evidenciou duas realidades distintas em nível organizacional. Na França o sistema é centralizado, conduzido em todas as etapas (antes e após a obtenção do registro) por uma instituição pública (INAO), vinculada ao Ministério da Agricultura, cuja proteção abrange somente produtos agroalimentares. No Brasil o sistema é de coparticipação, com a concessão de registros para todos os tipos de produto e também de serviço sob responsabilidade de uma instituição pública (INPI), vinculada ao Ministério da Indústria e Comércio Exterior e Serviços, com suporte de outras instituições (públicas e privadas) nas fases pré e pós registro de IG.

Um outro diferencial é quanto ao grau de conscientização da importância deste ativo de propriedade industrial para o setor. Na França, é um conceito antigo e utilizado há mais de cem anos, inicialmente como *Apelação de Origem Controlada (AOC)* somente para os vinhos, e, desde 1992, como registro europeu de *Apelação de Origem Protegida (AOP)* para os demais produtos agroalimentares. Apesar de haver ainda um certo desconhecimento por parte dos consumidores franceses sobre a proteção dos nomes de origem nos queijos, que é mais recente do que nos vinhos, grandes campanhas de comunicação são realizadas para promover e defender os produtos AOP em todo o país, financiadas principalmente pela União Europeia. No Brasil, o conceito é relativamente novo, desde 1996, e não há ainda uma percepção clara das potencialidades das IGs, seja como uma forma de agregação de valor e proteção, ou mesmo como ferramenta de desenvolvimento local. Soma-se à falta de divulgação e informação sobre os produtos de indicações geográficas para o público consumidor, que desconhece a existência deste registro e sua importância para as regiões e produtores brasileiros.

Sobre a legislação sanitária no segmento de queijo artesanal, na França não foi percebida como uma barreira à comercialização, apesar do controle freqüente por parte dos organismos e técnicos fiscais. A regulamentação da produção de queijo feito a partir de leite cru se iniciou em 1992, com normas e boas práticas estabelecidas pelos órgãos públicos de controle. A sua estruturação contou com programas de financiamento da União Européia para regularização dos estabelecimentos no país e capacitação dos produtores. No caso do Brasil, representa uma barreira comercial por três motivos principais: número excessivo de normas e instruções prevalecendo uma visão mais sanitarista; em função das dimensões do país, a inspeção e comercialização envolvem três instâncias, municipal, estadual e federal; apoio

financeiro e técnico insuficientes, por parte dos órgãos públicos, para a regularização das queijarias ou treinamento.

A seguir, o Quadro 18 apresenta a comparação entre os sistemas de proteção dos nomes de origem na França e no Brasil. Em seguida o Quadro 19, mostra os principais dados comparativos do segmento de queijo nos dois países, e o Quadro 20 as diferenças entre os queijos Canastra e Camembert de Normandie.

Quadro 18: Comparação entre os sistemas de proteção dos nomes de origem na França e no Brasil.

Critérios	França	Brasil
Sistema de proteção dos nomes de origem	<p>INAO – Instituição responsável pela concessão de registros AOC para vinhos e bebidas espirituosas, bem como da etapa nacional para concessão dos registros europeus AOP, IGP, ETG para produtos agroalimentares.</p> <p>* Concessão de registro AOC – Desde 1935 * AOP/IGP/ETG – Desde 1992</p> <p>INPI – Instituição responsável pelos registros de IG para produtos de artesanato e industriais. Concessão de IG - Desde 2015</p>	<p>INPI – Instituição responsável pela concessão de registros de IG para todos os produtos e serviços, nas espécies IP e DO.</p> <p>*Concessão de registros de IG desde 1996 (LPI)</p>
	Instrumento de direito público	Instrumento de direito privado
	Elaboração do caderno de especificações e delimitação da área geográfica realizadas pelo INAO em conjunto com os Organismos de Defesa e Gestão (ODG).	Elaboração do regulamento de uso e delimitação da área geográfica realizadas pelas associações de produtores em conjunto com outras instituições, públicas e privadas.
	Controle externo da produção realizado por organismos de certificação independentes.	Não há definição quanto à estrutura de controle, prevalecendo na prática o autocontrole e o controle interno.
	A proteção é somente para a designação nominativa da indicação geográfica, com direito a incluir o nome do produto no registro.	<p>A proteção se estende à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica.</p> <p>* Por Nota Técnica N° 4 publicada na RPI 2452 de 02/01/18, o INPI passou a permitir a inserção do nome do produto ou serviço no registro.</p>
	Realização de alterações no caderno de especificações e delimitação da área geográfica devem passar pela aprovação do INAO, com posterior publicação do documento final.	Não há previsão legal para a realização de alterações no regulamento de uso e delimitação da área geográfica.
	As divergências dos ODG com os organismos de controle são supervisionadas pelo INAO.	O INPI não tem responsabilidade no plano de controle da IG, assim como não tem em todos os outros ativos de PI.
	Tempo médio para concessão do registro no INAO – 7 anos	Tempo médio para concessão do registro no INPI – 2 anos
	Não previsão legal	Os dados referentes às delimitações da área geográfica da IG são parte da base INDE da CONCAR.
	Não há	Elaboração do Mapa Geográfico das IGs brasileiras pelo IBGE.
	Não há	IGs com proteção de bem cultural imaterial pelo IPHAN

Fonte: Elaboração própria (2018)

Quadro 19: Comparação entre os segmentos de queijo na França e no Brasil.

Critérios	França	Brasil
	45 AOP e 9 IGP para queijos (CNAOL, 2017)	3 IG para queijos (INPI, 2018)
	A produção de queijo AOP ou IGP representa 10 % da produção total de queijos na França.	Não informado
	Cadeia produtiva composta por produtores de leite, transformadores em queijo e maturadores.	Cadeia produtiva formada por produtores de queijo que também produzem o leite.
	Produção de leite realizada principalmente por pequenas empresas; transformação em queijo e maturação por médias e grandes empresas.	Produção realizada por micro e pequenas empresas.
	Apesar de todos os queijos AOP/IGP serem produzidos por métodos tradicionais, nem todos são fabricados a partir do leite cru.	A maioria dos queijos artesanais no Brasil são produzidos de forma tradicional e a partir do leite cru.
	Legislação sanitária não define período de maturação.	Legislação sanitária estabelece período mínimo de maturação.
	Há legislações europeia e francesa sobre produção de laticínios em geral.	Há legislação federal para produtos de origem animal, inclusive queijo.
Segmento de queijo	Não há legislação sanitária específica para produção de queijos a partir do leite cru, mas regulamentações sobre as boas práticas de fabricação destes queijos.	Não há uma legislação federal* específica para os queijos artesanais, mas instruções normativas, resoluções e portarias do MAPA para a produção de queijo artesanal. * Há lei estadual de Minas Gerais para o queijo artesanal – Lei nº 14.185 de 31/01/2002 (revogada) e Lei nº 20.549 de 18/12/2012.
	18.000 produtores de leite AOP e IGP na França (CNAOL, 2017) 1.248 <i>fermier</i> para queijos AOP na França (CNAOL, 2017) 382 ateliers de transformação ou maturação de queijos AOP na França (CNAOL, 2017)	81.000 produtores rurais de queijo no Brasil (IPEA, 2006) 30.000 produtores de queijo no Estado de Minas Gerais (EMATER, 2004)
	Produção total de 2 milhões de toneladas de queijo /ano, com ou sem AOP/IGP (FIL, 2012)	Produção total de 700 mil toneladas, com ou sem IG no Brasil (FIL, 2012)
	Consumo médio de queijo de 26kg/hab (FIL,2012)	Consumo médio de queijo de 3,6 kg/hab (FIL,2012)

Fonte: Elaboração própria (2018)

Quadro 20: Comparação entre os queijos Canastra e Camembert de Normandie

Camembert de Normandie	Canastra
Camembert é termo de uso comum na França.	
Camembert de Normandie – é o nome de origem protegido com registro AOP. Ano de concessão do registro AOP - 1996	Canastra é um nome de origem protegido com registro IG, na espécie IP. Ano de concessão do registro de IG - 2012
Apenas 5% da produção total de Camembert produzido na França é AOP.	
11 ateliers de transformação ou maturação de queijos, com 9 médias e grandes empresas e 2 <i>fermiers</i> (ODG, 2018) 500 produtores de leite (CNAOL, 2017)	800 produtores de leite e queijo (micro e pequenos produtores) – (SEBRAE, 2014)
Produção de queijo/ ano - 5.500 toneladas (CNAOL, 2017) Produção de leite - 50 milhões de litros/ano (CNAOL, 2017)	Produção de queijo/ano - 6.000 toneladas (SEBRAE,2014) Produção de leite - 60 milhões de litros/ano (SEBRAE,2014)
Área geográfica – 15 mil km ² (1.551 comunas) Planícies	Área geográfica – 7.500 km ² (7 municípios) Serras

Fonte: Elaboração própria (2018)

10.1 Recomendações

Algumas ações visando a utilização das indicações geográficas como instrumento de fortalecimento para o setor serão apresentadas a seguir, organizadas em tópicos e a quem se destinam especificamente:

Poder público

- Elaboração de programas de incentivo à implementação de indicações geográficas nas regiões produtoras de queijo artesanal, utilizando o conceito de IG como ferramenta de desenvolvimento local.
- Criação de linhas de crédito e financiamento para regularização das queijarias e adequação às normas sanitárias, bem como para capacitação dos produtores.
- Elaboração de uma legislação federal específica para produção do queijo artesanal em todas as regiões brasileiras, incluindo os que são feitos com leite de cabra, ovelha e búfala.
- Diminuição da burocracia e do excesso de normas sanitárias estabelecidas pelas instituições responsáveis pela fiscalização e comercialização dos queijos artesanais.
- Melhorar a estrutura física, laboratorial e de recursos humanos nos municípios e estados brasileiros para realização do trabalho de comprovação científica para redução do tempo de maturação dos queijos artesanais, bem como para atender às demais exigências da legislação sanitária estabelecidas pelo MAPA.
- Fortalecimento do trabalho de extensão rural e assistência técnica das empresas estaduais, como a EMATER/MG que realiza a qualificação dos produtores de queijo minas artesanal, bem como de instituições estaduais de pesquisa agropecuária nos estudos de caracterização de microrregiões tradicionais produtoras de queijos artesanais brasileiros

Associações/ redes institucionais

- Fortalecimento do associativismo com ações de capacitação organizacional e gerencial das associações de produtores, permitindo-os atuar de forma ativa e dinâmica na formação de rede institucionais, condição essencial para a viabilização e implementação das IGs no Brasil.
- Elaboração de campanhas de comunicação e divulgação das indicações geográficas e suas regiões produtoras de queijos artesanais, viabilizadas por meio de projetos de parceria com empresas, instituições e organizações da sociedade civil relacionadas à valorização da cultura local, gastronomia e turismo como o Sebrae, Slow Food, Queijo com Prosa, Junta Local, Sertão Brás, dentre outras.
- Ampliar as parcerias entre associações e instituições de pesquisa por meio de convênios com a finalidade de desenvolver estudos sobre temas envolvendo o leite cru e seus benefícios, bem como o período de maturação em cada região produtora de queijo artesanal no Brasil, questões essenciais para a comercialização dos queijos.
- Disseminação e incentivo aos produtores de queijo artesanal quanto à importância de se proteger as marcas individuais, tendo em vista o aumento da notoriedade da região, bem como das imitações e falsificações no mercado.

INPI

- Elaboração de uma nova instrução normativa de IG, estabelecendo procedimentos que permitam uma atuação mais efetiva da instituição no processo de solicitação e acompanhamento dos pedidos de registro, como por exemplo a realização de alterações no regulamento de uso, na área geográfica, na estrutura de controle, na apresentação gráfica ou no número de produtores, considerando-se o aspecto dinâmico das IGs.

- Ampliar a discussão sobre a necessidade de revisão da LPI/96, dos conceitos legais de IP e DO, das estruturas de controle, de registro e uso do signo, bem como de outras questões estabelecidas no âmbito de uma lei.
- Realização de projetos de pesquisa entre o INPI e o IPHAN com a finalidade de dar visibilidade às IGs com proteção como bem cultural imaterial brasileiro, motivando o reconhecimento de outros registros com saber fazer local nas diversas regiões do Brasil, tendo em vista a importância do levantamento histórico realizado pelo IPHAN e sua utilização para comprovação de notoriedade de muitas IGs brasileiras.

Diante do que foi exposto neste trabalho e a partir do pressuposto da pesquisa, é possível concluir que a indicação geográfica é um importante instrumento de fortalecimento do segmento de queijo artesanal. Porém, só o registro não é suficiente, uma vez que o alcance deste objetivo implica na existência de outros pré-requisitos organizacionais e estruturais, bem como de acesso de mercado e de comunicação ao consumidor, mostrados neste estudo.

10.2 Sugestões para trabalhos futuros

Além do que já foi apresentado, este trabalho revelou temas que podem ser discutidos em futuras pesquisas e que não foram explorados por fugirem ao escopo proposto para esta tese, como por exemplo:

- Estudar outros ativos de propriedade intelectual (patentes, desenho industrial, registros de software, direito autoral) relacionados a uma indicação geográfica.
- Estudar as potencialidades e limitações no uso de selos geográficos nos produtos de DO e IP no Brasil, à exemplo dos utilizados nos registros europeus AOP e IGP.
- Analisar a complementaridade dos registros de bem cultural imaterial (IPHAN) e de indicações geográficas (INPI) como instrumentos de proteção do conhecimento tradicional.
- Analisar a estruturação do sistema de proteção dos nomes de origem em países não europeus, como EUA, Chile, Argentina, China, Austrália, e em europeus como Itália, Espanha, Portugal e Grécia.
- Estudar o segmento de queijo artesanal em países não europeus, as barreiras sanitárias e comerciais existentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A.F.R. Indicação geográfica, indicação de proveniência e denominação de origem (os nomes geográficos na propriedade industrial). In: *Direito industrial*. Coimbra: Livraria Almedina, v.1, 2001.

ALMEIDA, A.F.R. *A Autonomia Jurídica da Denominação de Origem*. Wolters Kluwer Portugal sob a marca Coimbra Editora. Coimbra: Almedina, 2010. 1475p.

AMARANTE, J.O.A. Queijos do Brasil e do Mundo: para iniciantes e apreciadores. Ed. Mescla. São Paulo. 2015.

ANDOUET et al - O Livro do Queijo. In: HARBUTT, J (Org.). Ed. Globo. São Paulo, 2010.

ANJOS et al – Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial: Um diálogo entre a realidade europeia e brasileira. DADOS – *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol.56, nº1, 2013,pp.207 a 236.

ASCENSÃO, J.O. Questões problemáticas em sede de Indicações Geográficas e Denominações de Origem. *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*. Portugal, 2002.

APROCAN - Associação de Produtores de queijo da Canastra. *Regulamento de Uso da IP Canastra* Disponível em: < <http://www.sertaobras.org.br/wp-content/uploads/2011/03/CANASTRA-INAES-doc.-5-regulamento-de-uso-alterado-ok.pdf> . Acesso em mar.2016.

AUBOIRON, B.; LANSARD, G. *La France des Fromages A.O.C. : Le goût et le respect de la tradition*. Ed. Édisud, Aix-en-Provence, 1997.

AUDIER, J. L'application de l'Accord sur les ADPIC par les membres de l'OMC. *Bulletin de l'O.I.V.*, v.72, n.834,p.533-549,1999.

_____. Passé, présent et avenir des appellations d'origine dans le monde :vers la globalisation. *Bulletin de l'O.I.V.*, v.81,n.931,p.405-435,2008.

_____. *Mondialisation et indications géographiques: applications nationales de l'accord Adpic*, Section 3 Indications géographiques. Propriétés Intellectuelles n° 26. 2008.

BARBOSA, D.B. – *Uma introdução à propriedade intelectual: introdução, aspectos constitucionais, direito internacional, teoria da concorrência, Patentes, segredo industrial, cultivares, topografia de semicondutores, proteção de conhecimento e criações tradicionais, conceito de propriedade industrial e transferência de tecnologia*. 2.ed. Rio de Janeiro:Lumens Júris,2003.

BARBOSA, P.M.S. *Marcas Coletivas e Marcas de Certificação; Marcas de Uso Coletivo*. in: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) Curso de Propriedade Intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica/ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 4ª ed. Florianópolis: MAPA; Florianópolis FUNJAB, 2014. p.170-293.

_____. *A importância do uso de sinais distintivos coletivos: estudo de caso da Indicação de Procedência “Paraty” do Estado do Rio de Janeiro – Brasil*. Dissertação de Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação, INPI. Rio de Janeiro, 2011.

BARBOSA, C. *Territórios de vida e trabalho dos pequenos produtores de queijo da Serra da Canastra: um estudo sobre a relação entre produção camponesa e espaços naturais protegidos nas nascentes do rio São Francisco, Minas Gerais*. Dissertação de Mestrado em Ciências Humanas, UFU. Uberlândia. 2007. 126p.

BARHAM, E.; SYLVANDER, B. *Labels of origin for food: local development, global recognition*. CABI, 2011. 218 p.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. 5.ed. Lisboa:Edições 70, 2008.

BELAS, C.A. *Indicações Geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado do Jalapão – Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Tese de Doutorado. CPDA/UFRRJ, 2012.

_____. *Artesanato e indicação geográfica: uma nova agenda de pesquisa e desenvolvimento nos países emergentes*. in: NIERDELE, P.A (Org.) *Indicações Geográficas: Qualidade e origem nos mercados alimentares*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013. p. 179-197.

BELLETTI, G et al. *The roles of geographical indications (PDO and PGI) on the internationalisation process of agro-food products*. EAAE Seminar International Marketing and International Trade of Quality Food Products. Bologna, Itália. 8 a 10 de Março. 2007.

_____. MARESCOTTI, A. e TOUZARD, J-M. *Geographical indications, public goods, and sustainable development: the roles of actors’ strategies and public policies*. World Development, 2015.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. *Les produits de terroir, entre cultures et règlements*. CNRS Edition, Paris, 2004. 229 p.

BORELLI, B.M. *Quantificação dos indicadores higiênico-sanitários e da diversidade de leveduras durante a fabricação do queijo Minas curado da Serra da Canastra – MG*. Dissertação de Mestrado em Biologia. Instituto de Ciências Biológicas, UFMG. Belo Horizonte. 2002

BLAY, M.R. *Estudo de caso da indicação geográfica do Cariri Paraibano*. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação). Rio de Janeiro: INPI, 2015. 98p.

BLUME, R.; PEDROSO A. E. *As indicações geográficas: barreira não tarifária ou dinamizadora de desenvolvimento local/regional?* Em: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Rio Branco. Acre, 20 a 23 de julho de 2008.

BRABETT, C.; PALLET, D. *Os selos oficiais de qualidade dos alimentos na França e na Europa*. In: LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. (Org.). Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade. Brasília: Sebrae, 2005, p.19-44.

BRASIL, Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. [Lei da Propriedade Industrial]. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm > Acesso em: 14 mar.2018.

BRUCH, K.L.; *Indicações Geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas*. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Saete Oro; DEL´OLMO, Florisbal de Souza (Org.). Propriedade Intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

_____. *Análise do desenvolvimento das indicações geográficas brasileiras: evolução histórica e perspectivas*. In: II Simpósio Internacional de Indicações Geográficas. Fortaleza, Ceará, 2013.

_____. *Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícola*. Tese de Doutorado em Direito, UFRGS, Porto Alegre, 2011.277p.

_____; FRADERA, V.M.J.; *Geographical Indication: a comparative approach between the old and the new wine work*. XXXIV Congress of Vine and Wine. Porto: Anais...v.III, P.1-23, 2011.

CABRAL, D.H.Q.; BARBOSA, P.M.S.; REGALADO, P.F. *Principais diferenças entre marcas coletivas e indicações geográficas*. In: III Simpósio Internacional de Indicações Geográficas, 2014, Ilhéus. Disponível em < nbcgib.uesc.br/nit/ig/app/papers/024332131214119.pdf > Acesso em: 13 mar. 2018.

CALDAS, A. et al. *A importância da Denominação de Origem para o desenvolvimento regional e inclusão social: o caso do território da Cachaça de Abaíra*. Revista Desenbahia, Salvador, n.3, set, 2005.

CASABIANCA, F. et al. *Definir Terroir et Typicité: un enjeu de terminologie pour les Indications Géographiques*. In : DELFOSSE, C. (Ed.). La Mode du terroir et les produits alimentaires. Lyon, France: Université de Lyon-INRA, 2012.p.101-117.

COMISSÃO EUROPEIA. *Compreender as políticas da União Europeia: Agricultura. A política agrícola comum (PAC) para uma alimentação, um espaço rural e um ambiente de maior qualidade*. Comissão Europeia, Direção Geral de Comunicação. Serviço das Publicações da União Europeia, Bruxelas, abril, 2014.

_____. *Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later. a roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members*. O´CONNOR and COMPANY, European lawyers, 2005.

CERDAN, C.M.T.; BRUCH, K.L.; VITROLLES, D. *Gestão e controle pós-reconhecimento das Indicações Geográficas*. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) Curso de Propriedade Intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica/ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 4ª ed. Florianópolis: MAPA; Florianópolis FUNJAB, 2014.p.234-267.

_____ et al. *Elaboração de Regulamento de Uso, Conselho Regulador e Definição do Controle*. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) Curso de Propriedade Intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica/ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 4ª ed. Florianópolis: MAPA; Florianópolis FUNJAB, 2014.p. 164-193.

_____ et al. *La mise en politique des indications géographiques et du terroir au Brésil :principaux défis et perspectives*. In :DELFOSSSE,C. (Org). *La mode du terroir et les produits alimentaires*. Lyon: Laboratoire d'études rurales – Université de Lyon (Lyon 2-Isara), 2011.p.323-346.

_____ et al. *The pampean beef GI system*. No: Joint Roma Meeting FAO and SINER-GI, Sharing views on quality products linked to geographical origin. How they can contribute to rural development ? , Roma (Italia), 31 de janeiro a 2 de fevereiro de 2008.

CHIMENTO, M.R. *Indicação Geográfica na Imprensa: Cenário e Desafios*. Tese de Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação, INPI. Rio de Janeiro. 2015. 217p.

CONSEIL NATIONAL DES APPELLATIONS D'ORIGINE LAITIÈRES (FRANÇA).[CNAOL]. Disponível em: < <https://www.fromages-aop.com/qui-sommes-nous/le-cnaol> > Acesso em maio.2018.

_____. *Chiffres clés 2016: Des produits sous signes de la qualité et de l'origine produits laitiers AOP e IGP*. [S.l :s.n.], 2017.

CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS (1883). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf > Acesso em abril.2018.

COPETTI, M.; BRUCH, K.L. *Diferenças entre indicações geográficas e outros sinais distintivos*. In: Luiz Otávio Pimentel. (Org.) Curso de Propriedade Intelectual e Inovação no Agronegócio: Módulo II, indicação geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 1ed. Florianópolis:SEaD/UFSC/FAPEU,2009, p.72-109.

COSTA, V.B. *A indicação geográfica como ferramenta de valorização de território e proteção de comunidades locais com reputação de cultivo de plantas medicinais: o caso da região do maciço da Pedra Branca no Estado do Rio de Janeiro*. Dissertação de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2014.

DALLABRIDA, V.R. *Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre indicação geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial*. Florianópolis: LiberArs,2013.236p.

DELFOSSSE, C. *La France fromagère (11850-1990)*. Lyon :Editions La Boutique de l'Histoire, Mondes ruraux contemporains, 2007.

_____. *La gouvernance des terroirs de production laitière et fromagère :histoire et actualité*. [S.l :s.n.],2010. Disponível em: < <http://www.adcs.cnrs.fr/IMG/pdf/Delfosse.pdf>>. Acesso em: maio 2018.

DIAS, J. *A construção institucional da qualidade em produtos de biodiversidade e conhecimento tradicional*. Dissertação (Mestrado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRRJ, 2005.145p.

DINIZ, M.F.S. *Queijo Canastra: um estudo envolvendo aspectos culturais e parâmetros de inocuidade do alimento*. Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos, USP. Piracicaba, 2013. 159p.

DORES, M. T DAS; FERREIRA, C.L.DE L.F. *Queijo Minas Artesanal, Tradição centenária: ameaças e desafios*. Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável, v.2, n.2, p.26-34, 2012.

_____. *Queijo Minas Artesanal da Canastra maturado à temperatura ambiente e sob refrigeração*. Dissertação de Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos. Viçosa: UFV, 2007. 91p.

DORNELAS, E.A. *Diagnóstico para caracterização preliminar da qualidade do leite, da água e dos queijos produzidos na Serra da Canastra*. Dissertação de Mestrado em Veterinária. Departamento de Tecnologia e Inspeção de Produtos de Origem Animal, UFMG. Belo Horizonte. 2005.

DUPIM, L.C.O. *Indicações Geográficas e o Desenvolvimento Local: Estudo Exploratório e Comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty*. Tese de Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Instituto de Economia, UFRJ. Rio de Janeiro 2015.292p.

EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS (EMATER MG). Disponível em: <<http://www.emater.mg.gov.br>> Acesso em abril. 2018.

EYMARD-DUVERNAY, F. *La négociation de la qualité*. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. (Ed). *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA Economica, 1995.

FAJGENBAUM, F.; LACHACINSKI, T. *La commune de Laguiole fait finalement mouche*. Lexbase Hebdo Édition affaires n°488 de 24 nov. 2016.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DU LAIT (FIL) / INTERNATIONAL DAIRY FEDERATION (IDF). Disponível em <<http://www.fil-idf.org>> Acesso em 27 de mai. 2018.

FERNANDEZ-NÓVOA, C. *Tratado sobre Derecho de Marca*. Espanha: Ed. Marcial Pons, 2004.

GONÇALVES, M.F.W. – *Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos – Indicações Geográficas, Indicações de Procedência e Denominações de Origem*. ISBN:978853621696-6, 346p, Juruá Editora, Curitiba 2007.

GIL, A.C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 2ª Edição. Editora Atlas S.A.: São Paulo, 1989.

INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA (IMA). *Queijo artesanal no Brasil*. Disponível em: < <http://www.ima.mg.gov.br> >. Acesso em: mar. 2018.

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITÉ (FRANÇA) [INAO]. *Guide du demandeur d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP, à l'exception des vins et des boissons spiritueuses*. [S.l :s.n.], abril. 2015.

_____. *Guide du demandeur pour la reconnaissance en qualité d'Organisme de Défense et de Gestion*. [S.l :s.n.], jan. 2016.

INHAN MATOS, L. *O conhecimento regional do queijo minas artesanal na indicação de procedência Canastra: Ensinando o padre a rezar*. Tese de Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Instituto de Economia, UFRJ. Rio de Janeiro. 2016. 222p.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (BRASIL) - IPEA. *O Perfil da Agroindústria Rural no Brasil: Uma análise com base nos dados do Censo Agropecuário 2006*. Relatório de Pesquisa. Brasília, 2013.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (BRASIL) - IPHAN. *Dossiê de Registro do Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas nas Regiões do Serro e das Serra da Canastra e do Salitre/Alto Parnaíba*. Brasília, DF: Iphan, 2014.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (BRASIL) – INPI. *Indicações de Procedência e Denominações de Origem reconhecidas*. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>> Acesso em: fev.2018.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE (ITC) – *Guide to Geographical Indications – Liking Products and Their Origins – Export Impact for Good*. Geneva, Switzerland 2009.

LOCATELLI, L. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

_____. *Indicações Geográficas – A Proteção Jurídica sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico*. Editora Juruá, Curitiba, 2008.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

MAGALHÃES, F.A.R. *Queijos Artesanais: a experiência de Minas Gerais*. [slides].2005.

MARIE-VIVIEN, D. *Lê droit des indications géographiques en Inde un pays de l'ancien monde face aux droits français, communautaire et international*. Tese (Doctorat en Droit et Sciences Sociales). Paris : EHESS, 2010. 612p.

_____. *The role of state in the protection of geographical indications: From disengagement in France/Europe to significant involvement in India*. The Journal of World Intellectual Property, 13(2), 121-147, março 2010.

_____ et al. *Are French Geographical Indications Losing Their Soul ? Analyzing Recent Developments in the Governance of Link to the Origin in France*. World Development. Vol 98, 25-34, abril 2015.

MASCARENHAS, G.C.C.; WILKINSON, J. *Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das IGs no Brasil*. in: NIERDELE, P.A (Org.) *Indicações Geográficas: Qualidade e origem nos mercados alimentares*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013. p. 261-285.

MEDEIROS, M.L. *Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro*. Tese de Doutorado em Administração de Organizações. Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade, USP. Ribeirão Preto. 2015.271p.

MENESES, J.N.C. *O continente rústico. Abastecimento alimentar nas Minas Gerais setecentistas*. Diamantina: Maria Fumaça Editora, 2000.

_____. *Queijo Artesanal de Minas: Patrimônio Cultural do Brasil*. Dossiê interpretativo.v.1. Belo Horizonte: Ministério da Cultura, 2006.139p.

MÈRIENNE,P. *Atlas des fromages de France*. Éditions Ouest-France, Édilarge SA. ISBN 978-2-7373-6730-4. Rennes, 2015.

MOREIRA, G.R. et al. *The Geographical Names and Distinctive Signs*. 27th International Cartographic Conference, 2015, Rio de Janeiro. Intellectual Property; Geographical/cartographic delimitation of Geographical Indications, 2015.

NETTO, M.M. *A geografia do queijo minas artesanal*. Belo Horizonte. 2014.

NIERDELE, P.A. *Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: A experiência do Vale dos Vinhedos em questão*. In: 47º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre, jul.2009.

_____. *Compromisso para qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França*, 263f, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2011, Tese (Doutorado).

_____. *Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das indicações geográficas*. in: DALLABRIDA, V.R (Org.) *Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência*. São Paulo: Editora LiberArs, 2014. p. 237-263.

OLSZAK, N. *Le droit des appellations d'origine et des indications de provenance*. Tec&Doc, Paris, 2001. 187 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (OMPI) [WIPO]. *Geographical Indication*: 2009. Disponível em: < <http://www.wipo.org> >. Acesso em: mar. 2016.

PERALTA, P.P. et al. *A Indicação de Procedência como instrumento de diferenciação: o caso do Doce de Pelotas*. *Redes (St. Cruz Sul, Online)*, v.21, nº2, p.319-343, maio/ago.2016.

PEREZ, R. *Cadastro georreferenciado dos produtores de queijo minas artesanal da região da Serra da Canastra*. 2014.54f. SICOOB-Saromcredi; SEBRAE/MG; APROCAN, São Roque de Minas, 2014.

PINHO, J.B. *O Poder das Marcas*. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

QUEIROZ, H.F.O.G. *O Registro de Bens Culturais Imateriais como Instrumento Constitucional Garantidor de Direitos Culturais*. 2014. 301f. Dissertação (Mestrado) – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro.

RAMELLO, G.B. *What's In A Sign? Trademark Law and Economic Theory*, *Journal of Economic Surveys*, Blackwell Publishing, vol.20, p. 547-565, 2006.

RAMOS, B.D.; FERNANDES, L.R.M.V.; SOUZA, C.G. *An overview of Geographical Indications in Brazil*. *Journal of Intellectual Property Rights*, v.17, n.2, p. 133-140, 2012.

RANGNEKAR, D. *The Socio-Economics of Geographical Indications – ICTSD –UNCTAD. Project on IPRs and Sustainable Development*, 2004.

REGALADO, P.F; BARBOSA, P.M.S. *Determinação de Origem, Empoderamento dos Produtores, Redução de Custos, Riscos e Desenvolvimento Local: Os Múltiplos Usos da Marca Coletiva nos Mercados de Café*. In.: VIII Simpósio de Pesquisa dos Cafés do Brasil, 25 a 28 de novembro de 2013, Salvador- BA.

REGALADO, P. F. et al. *Uma inovadora interação entre INPI, Apex-Brasil e o mercado: As Marcas Coletivas Setoriais* In: VIII Encontro Acadêmico de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, 2015, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2015. Disponível em < nbcgib.uesc.br/nit/ig/app/papers/0910441408159619.pdf >. Acesso em 20 abr. 2018.

REIS, L.L.M. *Indicação Geográfica no Brasil: Determinantes, Limites e Possibilidades*. Tese de Doutorado em Geografia. Instituto de Geociências, UFBA. Bahia. 2015. 270p.

RESENDE, M.F.S. *Queijo Minas Artesanal da Serra da Canastra: influência da altitude e do nível de cadastramento das queijarias nas características físico-químicas e microbiológicas*. Dissertação de Mestrado em Tecnologia e Inspeção de Produtos de Origem Animal. UFMG. Belo Horizonte, 2010. 72p.

RICHARDSON, R.J. et al – *Pesquisa Social Métodos e Técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

RICHEZ-LEROUGE, V. *Main Basse sur les fromages AOP : Comment les multinationales contrôlent nos appellations*. Éditions Érick Bonnier, 2017.

SALES, G.A. *Caracterização microbiológica e físico-química de queijo minas artesanal da microrregião de Araxá-MG durante a maturação em diferentes épocas do ano – Brasil, 2015*. Dissertação de Mestrado em Tecnologia e Inspeção de Produtos de Origem Animal. Escola de Veterinária da Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG. Belo Horizonte. 2015. 106p.

SANTILLI, J. *Conhecimentos Tradicionais Associados à Biodiversidade: elementos para a construção de um regime jurídico sui generis de proteção*. In: DIAS, Varella. PLATIAU, Ana Flávia Barros (Org.). *Diversidade Biológica e Conhecimentos Tradicionais*. Belo Horizonte: Del Rey, 2004. 386p.

SANTOS J.S. *et al. Dilemas e desafios para circulação de queijos artesanais no Brasil*. *Revista Visa em debate: sociedade, ciência e tecnologia*. 2016

SANTOS, K.R. *Avaliação da Qualidade Microbiológica do queijo minas artesanal produzido na Serra da Canastra-MG*. Dissertação de Mestrado em Microbiologia Ambiental e Industrial. Instituto de Ciências Biológicas. UFMG. Belo Horizonte, 2013.

SAUTIER, D.; BIÉNABE, E.; CERDAN, C. *Geographical indications in developing countries: potentials and stakes*. In: SYLVANDER, B.; BARHAM, E. (Ed.) *Labels of origin for food local development: global recognition*. Wallingford: Cabi, 2011.

SAUTIER, D.; KOP, P. Van de. *Origin-based marketing: a rural development tool ?* In: KOP, P. Van de; SAUTIER, D.; GERZ, A. *Origin based products: lessons for pro-poor market development*. Montpellier: CIRAD, 2006.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília, DF, 2005. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/27C9DCDCB4617FAD832572790048F6CC/\\$File/NT0003501A.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/27C9DCDCB4617FAD832572790048F6CC/$File/NT0003501A.pdf)>. Acesso em: mar.2018.

_____. *Cadastro georreferenciado dos Produtores de Queijo Minas Artesanal da Região da Serra da Canastra*. 2014. 54f. SICOOB –Saromcredi; SEBRAE/MG; APROCAN, São Roque de Minas, 2014.

_____. *Portal do Queijo*, 2017. Disponível em: <<http://portaldoqueijo.com.br/personalidades-do-queijo/2017/07/08/personalidade-ricardo-boscaro>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

SGARBI, S.J. *Dilemas e Desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil: um estudo a partir do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul – Brasil*, 2014. Tese de Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, UFP. Pelotas, 2014. 260p.

_____; MENASCHE, R. *Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicações geográficas no contexto brasileiro*. Caderno de Desenvolvimento Rural, Bogotá/Colômbia. Junho 2015.

_____; CRUZ, F.T.; MENASCHE, R. *O Mineiro, o queijo e os conflitos (nada poéticos) em torno dos alimentos tradicionais produzidos artesanalmente no Brasil*. *Revista de Economia Agrícola*. São Paulo, v.59, n.2, p.7-19, jul/dez.2012.

SILVA, C.A. *Relatório de Viagem Nacional e Internacional – PCDP nº 03312/11*. Missão de intercâmbio técnico referente ao protocolo de cooperação franco-brasileiro sobre indicações geográficas, Belo Horizonte, 2011.

SILVA, J.G. *Características Físicas, Fisicoquímicas e Sensoriais do Queijo Minas Artesanal da Canastra*. Dissertação de Mestrado em Ciências dos Alimentos, UFL. Lavras. 2007.

SILVA, S. S. *A Patrimonialização da Cultura como Forma de Desenvolvimento: considerações sobre as teorias do desenvolvimento e o patrimônio cultural*. Aurora, ano V número 7, janeiro de 2011. Disponível em:<<http://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Aurora/9silva106a113.pdf>>. Acesso em: dez. 2017.

SIMONCINI, J.B.V.B. *Produzir para viver ou viver para produzir: conflitos vividos pelos produtores familiares e as estratégias de resistência no território do queijo Canastra*. Tese de Doutorado em Geografia e Geociências, UFSM. 2017. 308p.

SOARES, 1996, apud FARIA, R. S.V. *A Marca Coletiva como ferramenta de diferenciação de Arranjos Produtivos Locais – APLs. O Caso do Polo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região – Brasil, 2011*. 191 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2011.

SOUZA, F. *O Marquês de Pombal e as conturbadas origens da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro (1756-1757)*. *Revista Camões*, n.15-16, 2003.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. *Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de Teoria Fundamentada*. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SYLVANDER, B. et al. *Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC: justifications générales et contextes nationaux*. Symposium Territoires et enjeux du développement régional, Lyon, 2005.

SYLVANDER, B.; LAGRANCGE, L.; MONTICELLI, C. *Les signes officiels de qualité et d'origine européens*. *Économie Rurale*, n.299, p.7-23, 2007.

THEVENOD-MOTTET, E.; MARIE VIVIEN, D. *Legal debates surrounding geographical indications*. In E. Barham e B. Sylvander (Eds.), *Labels of origin for food: Local development, global recognition* (pp.13-28), CABI. 2011.

VALENTE, M.E.R.; PEREZ, R.; FERNANDES, L.R.M.V. *O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação de área e diferenciação do produto*. *Revista Ciência Rural*, Santa Maria, v.43, n.7, p. 1330-1336, jul. 2013.

VELLOSO, C.Q. et al. *Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores*. in: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Curso de Propriedade Intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica/ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*. 4ª ed. Florianópolis: MAPA; Florianópolis FUNJAB, 2014. p.98-130.

VITROLLES, D.; MAFRA, L.; CERDAN, C.M.T. *Enjeux et perspectives de développement des Indications Géographiques au Brésil, une analyse à partir des deux produits de l'Etat du Minas Gerais*. In: III Congresso Internacional de la Red SIAL Alimentacion y Territorios ALTER, Espanha, out. 2006.

_____. *Comment concilier préservation d'un patrimoine culturel et gastronomique et normalisation d'une production traditionnelle ? L'exemple du fromage Serrano au Sud du Brésil*. Colloque International Localiser les Produits. Anais. Paris, 2009

YIN, R. *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. 3ed. Porto Alegre, Bookman, 2005.

APÊNDICES

Apêndice I : Questionários / França

(A) Institut National de l'Origine et de la Qualité – INAO

Objectif : Connaître le rôle de l' INAO et son action et ses formes d'intervention pour les signes d'origine AOC/AOP/IGP, ainsi que les principaux défis actuels.

Questions :

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Quel est le processus d'obtention de l'AOP/IGP?
4. Quel type de relation existe-t-il entre l' INAO et les ODG ?
5. Pour l'AOP Camembert de Normandie, comment est faite la certification et quel est son coût, aussi bien pour son obtention que pour son renouvellement ?
6. Y a-t-il des financements publics et/ou privés ?
7. Sur le plan sanitaire, existe-t-il une régulation particulière ?
8. Parmi les différentes certifications délivrées par l' INAO, quelles sont les tendances et les éventuelles corrélations entre elles ?
9. Quels sont les principaux points critiques du système AOP des fromages et en particulier pour le Camembert de Normandie ?

(B) INAO-DT/ Ouest

Objectif : Connaître le rôle de l' INAO-DT/Ouest, son action et ses formes d'intervention, ainsi que les que les principaux défis actuels en particulier pour le Camembert de Normandie.

Questions :

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Comment a été et est l'action de l' INAO DT/Ouest dans l' AOP Camembert de Normandie ?
4. Il y a une moyenne de temp pour l'obtention d'une l' AOC ? Quelle ? Et après, pour obtenir l' AOP ? Quelle est l'étape la plus longue et pourquoi ?
5. Quel type de relation existe-t-il entre l' INAO et les ODG ? Quelles sont les actions développées ensemble ?
6. Comment est fait le contrôle de la production par les organismes de contrôle (OC) et quel est le coût moyen annuel ?
7. Le contrôle sanitaire est indépendant du contrôle du Cahier de Charge de l' AOP ? Quelle institution fait ce contrôle ?
8. Ya-t-il des financements publics (subvention) et/ou privés pendant le processus d'obtention d'une AOP?
9. Quels sont les principaux points critiques du système AOP des fromages et en particulier pour le Camembert de Normandie ?

(C) ODG Camembert de Normandie

Objectif : Connaitre le travail développé par l'Organisme de Défense et de Gestion (ODG) de l'AOP Camembert de Normandie, sa constitution et son rôle, ainsi que les principaux projets et défis actuels.

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Quels (et combien) sont les membres de l'ODG Camembert de Normandie et quel est leur rôle respectif dans la filière ?
4. Pour un producteur, quel est l'intérêt de l'AOP ?
5. Y-a-t'il des financements publics pour les ODG ?
6. Sur le plan sanitaire, existe-t-il une régulation particulière pour des produits laitiers au lait cru ou non ?
7. Comment les contrôles sanitaires sont-ils effectués, par quel(s) organisme (s) ? C'est indépendant du contrôle des cahiers des charges de l'AOP ?
8. Est-ce que les producteurs de l'AOP *Camembert de Normandie* ont intérêt d'obtenir d'autres certifications comme l'AB ou Label Rouge, et si oui, quelles en sont les raisons ?
9. Quelles sont les principales difficultés auxquelles l'ODG est-elle confrontée ?

(D) Producteurs de fromage l'AOP Camembert de Normandie

Objectif : Connaitre le travail développé par les producteurs de fromage (transformateurs) de l'AOP Camembert de Normandie, sa production, ainsi que les principaux points critiques actuels.

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Production actuelle de lait et fromage ?
4. Avez vous une marque enregistrée à l'INPI ?
5. Quelle est votre relation avec l'ODG et quels sont les travaux développés ensemble?
6. Quelle est l'organisme de contrôle ? Et sanitaire ?
7. Comment est fait la commercialisation des fromages?
8. Quel est le principal intérêt d'avoir un fromage AOP ?
9. Quels sont les principaux points critiques actuellement ?

(E) Conseil National des Appellations d'Origine Laitières (CNAOL)

Objectif : Connaître spécifiquement le travail développé par CNAOL/CNIEL avec les AOP laitières françaises et les Organismes de Défense et de Gestion (ODG), avoir des informations et des chiffres sur les AOP des fromages ainsi que les principaux projets et défis actuels.

Questions :

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Quelle est le travail développé par le CNAOL/CNIEL avec les AOP laitières françaises ?
4. Quel type de relation existe-t-il entre l'CNAOL et les ODG ? Quelles sont les actions développées ensemble ? Et avec INAO ?
5. Pourriez-vous m'expliquer comment est constituée la filière de fromage AOP en France ?
6. Combien (ou %) des fromages AOP sont faits du lait cru ?
7. Pourriez-vous me donner quelques chiffres ?
 - Filière de fromage (producteur de lait/transformateur/affineur)
8. Pour le Camembert de Normandie (étude de cas de ma thèse), vous avez quelques chiffres ou informations en particulier ?
9. Quelles sont les projets actuels de CNAOL pour les AOP laitières ? Et les défis ?
10. Est-ce que vous avez quelques brochures ou matériel publicitaires disponibles sur le CNAOL et les AOP laitières françaises ?

(F) INPI /França

Objectif : Connaitre spécifiquement le travail développé par INPI dans les indications géographiques pour les produits industriels et artisanaux, ainsi que les principales relations avec l'INAO et les défis actuels.

Questions :

1. Nom de la personne interrogée ?
2. Quel est votre rôle et vos responsabilités ?
3. Quelle est le travail développé par l'INPI dans les Indications Geographiques après 2015 (Décret n° 2015-595 du 2 juin 2015) ?
4. Pouvez vous me donner quelques chiffres actuels sur les IG à l'INPI ?
5. Quelles sont les principales relations avec l'INAO ?
6. Il y a une consultation de l'INPI à l'INAO dans le cas d'une demande de marque avec un nom géographique potentiel pour être une AOP ? Et dans le cas d'une IG ?
7. Pour une demande d' Indication Géographique (IG) quelles sont les conditions et comment est le processus à l'INPI ?
8. Il y a une consultation au secteur de marque de l'INPI en cas d'une demande de IG ?
9. Quelles sont les principaux défis actuellement pour le secteur de IG de l'INPI?

Apêndice II : Questionários / Brasil

(A) APROCAN

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pela Associação de Produtores de Queijo da Canastra, APROCAN, sua estrutura e formas de atuação, bem como os principais projetos e desafios atuais.

Questões:

1. Nome:
2. Qual o seu papel e responsabilidades ?
3. Quantos são os produtores associados na APROCAN?
4. Qual a produção diária/mensal de queijo Canastra? Possuem outros dados ou estatísticas que possa disponibilizar?
5. Como está sendo feita a comercialização do queijo Canastra para dentro do estado? E fora?
6. E quanto à legislação sanitária, quais as principais questões atuais?
7. Os produtores utilizam o registro da IG em seus rótulos?
8. A associação e produtores de queijo possuem marcas comerciais? E tem registro ou pedido de registro no INPI?
9. Quais são os principais projetos e desafios atuais ?

(B) Produtores de queijo da IP Canastra

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pelos produtores de queijo da IP Canastra, sua produção e comercialização, bem como os principais pontos críticos e dificuldades atuais.

Questões:

1. Nome:
2. Quanto tempo sua família produz queijo ?
3. Você é associado da APROCAN?
4. Qual a sua produção média diária de queijo ?
5. Como é feita a comercialização do queijo?
6. Já ouviu falar de IG? Qual é a importância de ter uma IG?
7. Possui uma marca comercial? Em caso positivo, foi depositada ou registrada no INPI ?
8. Quais são as instituições parceiras com os produtores?
9. Quais são suas principais dificuldades atualmente?

(C) MAPA /SFA-MG

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pela representação do Ministério da Agricultura no Estado de Minas Gerais, suas responsabilidades e ações na fiscalização e comercialização dos queijos artesanais.

Questões:

1. Nome:
2. Quais ações aplica ?
3. Como funciona os selos SIF/SIE/SIM e o sistema de equivalência SISBI/POA?
4. Quais os principais desafios para o sistema de equivalência atualmente?
5. Qual é a legislação vigente que trata de queijo artesanal?
6. Como ocorre a fiscalização para os queijos artesanais ?
7. E os queijos da Canastra, em que situação se encontra para fins de comercialização ?
8. Dificuldades atuais e desafios existentes

(D) Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA)

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pela instituição responsável pelo serviço de fiscalização da produção de queijo artesanal no Estado de Minas Gerais, suas ações atuais, bem como principais desafios.

Questões:

1. Nome:
2. Quais ações aplica?
3. Quantos produtores estão cadastrados no IMA?
4. Como você vê a legislação vigente sobre a produção do queijo artesanal?
5. Como ocorre a fiscalização e comercialização dos queijos artesanais?
6. Quais são as principais instituições parceiras?
7. Quais são os principais desafios existentes?

(E) Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER/MG)

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pela empresa que presta assistência técnica e orientações aos produtores rurais no Estado de Minas Gerais, bem como suas principais ações e desafios atuais.

Questões:

1. Nome:
2. Quais ações aplica ?
3. Para IP Canastra, de que forma a EMATER atuou na sua implementação?
4. Ainda atua? De que forma?
5. Quais são as principais instituições parceiras?
6. Qual o posicionamento atual da EMATER na questão dos queijos artesanais ?
7. Quais os principais desafios?

(F) SEBRAE/MG

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pelo SEBRAE/MG na IP Canastra, suas principais ações e desafios atuais.

Questões:

1. Nome:
2. Quais ações aplica ?
3. Qual o papel desempenhado pelo SEBRAE no processo de implementação da IP Canastra?
4. Ainda atua? Quais os principais projetos em andamento?
5. Quais são as principais instituições parceiras?
6. Qual o posicionamento atual da SEBRAE na questão dos queijos artesanais? E quanto à legislação atual?
7. Quais os principais desafios?

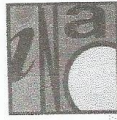
(G) INPI/Brasil

Objetivo: Conhecer o trabalho realizado pelo setor de Indicações Geográficas do INPI, suas principais ações e desafios atuais.

Questões:

1. Nome:
2. Qual seu papel e responsabilidades ?
3. Quantos são os examinadores de IG atualmente ?
4. Qual a interação com o exame de marcas ? Há consultas em estágio de pedido?
5. Quais as principais discussões sobre a norma legal vigente?
6. Quais as parceiras existentes ?
7. Quais são os projetos atuais ?
8. Quais são os principais desafios ?

Apêndice III: Comunicado publicado INAO/ França



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ



Montreuil, le 22 février 2018

COMMUNIQUÉ

Camembert de Normandie : un accord de principe dans le calendrier annoncé

Au terme d'un cycle de réunions, le groupe de travail, mis en place par l'INAO fin novembre dernier, a abouti le 21 février à un accord de principe pour trouver une issue au manque de lisibilité pour les consommateurs qu'entraîne la coexistence des deux produits « AOP Camembert de Normandie » et Camembert « fabriqué en Normandie ».

Les producteurs de lait et de fromages de camembert « fabriqués en Normandie » ont accepté de respecter le futur cahier des charges de l'AOP camembert de Normandie qui prévoira de nouvelles conditions de « normandisation » des troupeaux, de pâturage et de fabrication du fromage.


Au sein de l'AOP Camembert de Normandie, **les fromages au lait cru et moulés à la louche qui répondent à des critères spécifiques feront l'objet d'une mention distinctive.** Cette mention permettra aux consommateurs de bien les identifier.

Ces propositions ont été accueillies favorablement par M. PITON, président du Conseil permanent, M.CHASSARD, président du comité national et M. BOCHET, président du groupe de travail. Ce groupe a fixé un calendrier et des étapes préalables à la mise en œuvre de cette solution.

« Les producteurs et les transformateurs normands ont choisi la bonne démarche : celle qui va non seulement permettre d'éclairer le choix des consommateurs, mais aussi de mieux valoriser une partie importante de la production de lait. C'est une bonne décision pour les producteurs et la filière laitière normande », a déclaré M.PITON.

Contacts Presse :

Nadia MICHAUD - 01 73 30 38 78 – n.michaud@inao.gouv.fr

www.inao.gouv.fr /  INAO – Institut national de l'origine et de la qualité

Apêndice IV: Quadro resumo da legislação internacional

Quadro 21: Resumo dos principais acontecimentos históricos para a proteção aos nomes de origem no âmbito internacional

Ano	Legislação	Descrição
1883	Convenção da União de Paris (CUP)	Primeiro instrumento de proteção legal da propriedade industrial no âmbito internacional, combate a falsa <i>Indicação de Proveniência</i> .
1891	Acordo de Madri	Relativo à repressão das falsas <i>Indicações de Proveniência</i> das mercadorias.
1925	Convenção de Haia (3ª revisão da CUP)	Garante a repressão a falsa <i>Indicação de Procedência</i> ou a <i>Denominação de Origem</i> , considerados pela primeira vez, enquanto objetos de proteção da propriedade industrial.
1958	Acordo de Lisboa (5ª revisão da CUP)	<p>Define <i>Denominação de Origem</i>, disciplina a sua proteção enquanto objeto autônomo do direito industrial e institui o registro internacional.</p> <p>Art 2 - Entende-se por <i>denominação de origem</i> a denominação geográfica de um país, de uma região ou de uma localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou características são devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos.</p> <p>Art 3 - A proteção será assegurada contra qq usurpação ou imitação, AINDA QUE se indique a verdadeira origem do produto ou que a denominação seja usada em tradução ou acompanhada de expressões como “gênero”, “tipo”, “maneira”, “imitação” ou outras semelhantes.</p>
1994	<p>TRIPS</p> <p>Acordo de Direitos de Propriedade Industrial relativo ao Comércio (ADPIC/TRIPS) – Gerido pela Organização Mundial do Comércio (OMC), estipula padrões mínimos de proteção das <i>Indicações Geográficas</i> no âmbito internacional.</p>	<p>Seção 3: Indicações Geográficas</p> <p>Art 22 – <i>Indicações geográficas</i> são indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade desse território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.</p> <p>Art 23 – Cada Membro proverá os meios para evitar a utilização de uma IG que indique vinhos em vinhos não originários do lugar indicado mesmo quando use expressões como “espécie”, “tipo”, “estilo”, “imitação” ou outras similares.</p>

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Apêndice V : Quadro resumo da legislação internacional e francesa

Quadro 22: Resumo dos principais acontecimentos históricos para a proteção aos nomes de origem na França e na União Europeia

Ano	Legislação / França e CE	Histórico / Produtos de Origem
1411	Carta Régia, rei Charles VI França	Assinou uma carta régia outorgando o monopólio da fabricação do queijo para o povo de Roquefort-sur-Soulzon .
1666	Roquefort	Primeiro texto jurídico protegendo o queijo de Roquefort
1905	Lei nº 210 5 de outubro de 1905 <i>Appellation de Provenience</i> França	O Estado passa a conceder título de Indicação de Proveniência (<i>Appellations de Provenance</i>) para produtos de origem com base nos usos “locais, legais e constantes”. O governo francês se encarregava de realizar a identificação dos produtores e a delimitação das áreas de produção. Exs: Champagne (Decreto de 3 de julho de 1907) Cognac (1909)
1919	Lei de 6 de maio de 1919 <i>Appellation d'Origine (AO)</i> França	Confere aos tribunais civis franceses a competência para decidir sobre conflitos referentes ao uso de uma Apelação de Origem. Esta lei possibilitou a proteção além do domínio agro-alimentar, como por exemplo para artesanatos como a Poterie de Vallauris” (1930), “Dentelle du Puy” (1931) e “Emaux de Limoges” (1946).
1925	1ª AO francesa para queijo Roquefort Lei de 26 de julho de 1925 França	Parlamento publica a lei de 26 de julho de 1925 que garante o registro de AO do queijo Roquefort. Em seus 6 artigos, a lei estabelecia em linhas gerais que o queijo deveria ser <i>fabricado do leite de ovelha e afinado conforme os métodos locais, legais e constantes</i> . (art1º), bem como, que a zona de produção estava <i>limitada às zonas atuais francesas de produção e às zonas metropolitanas francesas que apresentassem as mesmas características de raça ovina, pastagem e clima</i> (art 2º). Atualmente o leite para a fabricação do Roquefort provém unicamente de uma zona composta por 560 comunas ou partes de comunas denominadas “rayon”, repartidas pelos departamentos de Aveyron, Lozère, Hérault, Gard e Tarn . CC “Roquefort” (Base DOOR)

<p>1935</p> <p>AOC</p> <p>Para</p> <p>vinhos</p>	<p>Decreto-lei de 30 de julho de 1935</p> <p>Relativo a defesa do mercado do vinho e do regime econômico do álcool</p> <p>CNAO</p> <p>França</p>	<p>Cria o Comitê Nacional das Apelações de Origem na França, com objetivo de regular a concessão de apelações de origem exclusivamente nas decisões sobre vinhos e outras bebidas alcóolicas. Os membros deste comitê passam a ser responsáveis pelas condições de produção, do produto e do seu controle, nascendo assim o conceito de <i>Appellation d'origine controlée</i> (AOC).</p>
<p>1947</p> <p>AOC</p> <p>Para</p> <p>vinhos</p> <p>1955</p> <p>1973</p>	<p>O Comitê deu origem ao Instituto Nacional das Apelações de Origem</p> <p>INAO</p> <p>França</p> <p>Lei que define as condições que os queijos devem atender para obter AOC</p> <p>Cada denominação de origem é reconhecida por decreto</p>	<p>O Comitê Nacional das Apelações de Origem se torna o Instituto Nacional de Apelação de Origem (INAO), submetido ao Ministério da Agricultura, sendo responsável pela implementação do sistema de Apelação de Origem Controlada (AOC).</p> <p>Foi criado o Código Rural e da Pesca Marítima, para controlar os produtos e processos produtivos a partir de cada <i>filière</i>, vinhos, olivas, queijos, etc...</p>
<p>1990</p>	<p>Lei de 2 de julho de 1990, relativas as AOC de produtos agrícolas ou alimentares (Estende AOC aos demais produtos agrícolas e extrativistas)</p> <p>França</p>	<p>Através de uma lei específica eliminou-se a possibilidade de concessão de apelações de origem de caráter simples, via decisões judiciais, garantindo a proteção AOC a todos os tipos de produtos agrícolas, extrativistas e alimentares em geral.</p> <p>Código Rural e da Pesca Marítima, artigos R.641-1 à R.641-10.</p>
<p>1992</p>	<p>Regulamentos CEE N° 2081 e 2082/92</p> <p>União Européia</p> <p>Relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios</p>	<p>Política francesa de valorização de produtos agrícolas inspirou a elaboração de uma regulamentação européia. Sistema europeu estabelece o conceito de AOP, equivalente europeu ao AOC para produtos agroalimentares, tirando o vinho e outras bebidas.</p>

<p>2006</p>	<p>Regulamento CEE nº 509 e 510, de 20 de março de 2006</p> <p>Revisão do sistema comunitário de proteção aos nomes de origem para produtos agrícolas e alimentares. Propõe a adoção do <i>caderno de especificações</i>, muda o sistema de controle e se adequa as disposições do TRIPS para a proteção de produtos de países terceiros.</p> <p>Na França - INAO passa a ser INAO(Q)</p>	<p>A CEE Nº 509 do Conselho, de 20 de março de 2006 é específica para as Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG) dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios.</p> <p>França - INAO passa a denominar-se <i>Instituto Nacional de Apelação de Origem e da Qualidade</i>, assumindo a administração de um conjunto de selos de qualidade do setor agrícola como, o <i>Label Rouge, Agricultura Biológica (AB)</i> e a <i>Certificação de Conformidade de Produto (CCP)</i>.</p>
<p>2008/ 2009</p>	<p>Regulamentos da CE</p> <p>Em 2008 – CE nº 110/2008 para bebidas espirituosas.</p> <p>Em 2008 e 2009 – CE nº 479/2008 e nº607/2009 para vinhos.</p>	<p>IGP estendida para bebidas espirituosas.</p> <p>AOP /IGP estendida para os vinhos.</p>
<p>2012</p>	<p>Na União Europeia</p> <p>Regulamento CE Nº 1.151/2012 que substituiu o de 2006 CE Nº 510/2006</p> <p>A partir de 2012 (com entrada em vigor em 2014), os símbolos da CE (AOP/IGP/ETG) devem figurar obrigatoriamente na rotulagem dos produtos, exceto os vinhos.</p>	<p>Relativo aos regimes de qualidades dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios.</p> <p>Inclui a ETG/Especialidades Tradicionais Garantidas para proteção de receitas tradicionais no mesmo regulamento das AOP/IGP (CE Nº 1.151/2012).</p>

Fonte: Elaboração Própria (2018)

ANEXOS

Anexo I

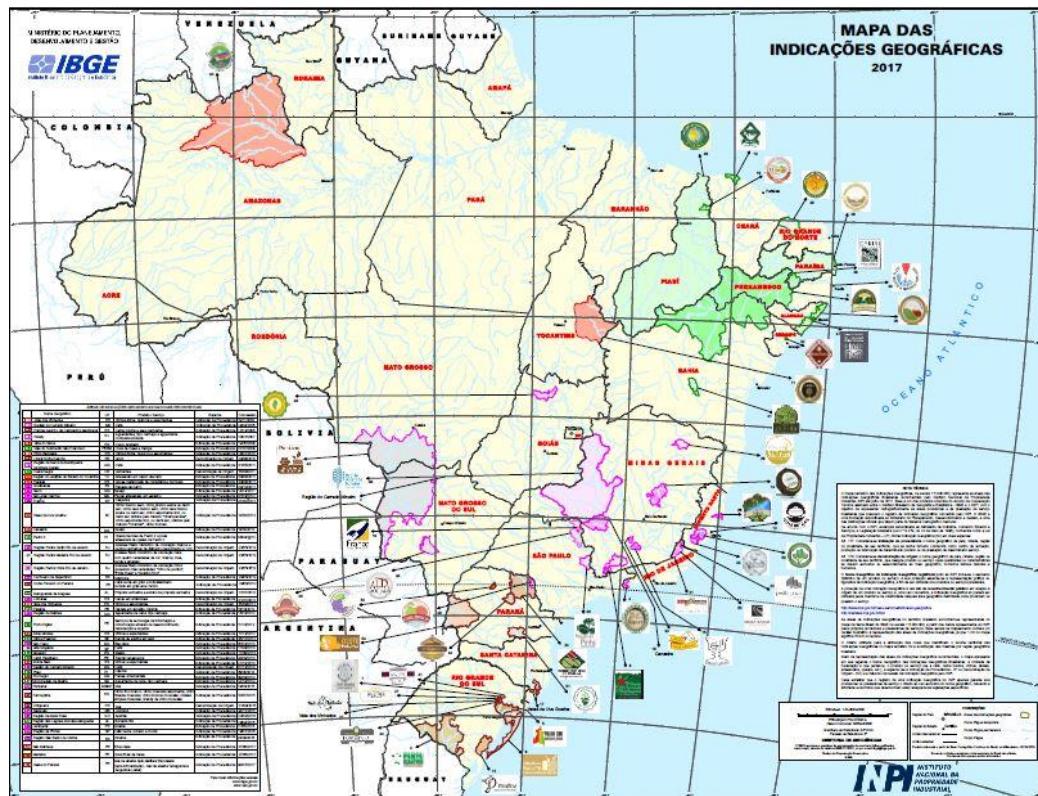


Figura 63: Mapa das Indicações Geográficas⁵⁹
Fonte: IBGE (2017)

59

ftp://geofpt.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/mapas_do_brasil/sociedade_e_economia/indicacoes_geograficas_2017.pdf

Anexo II

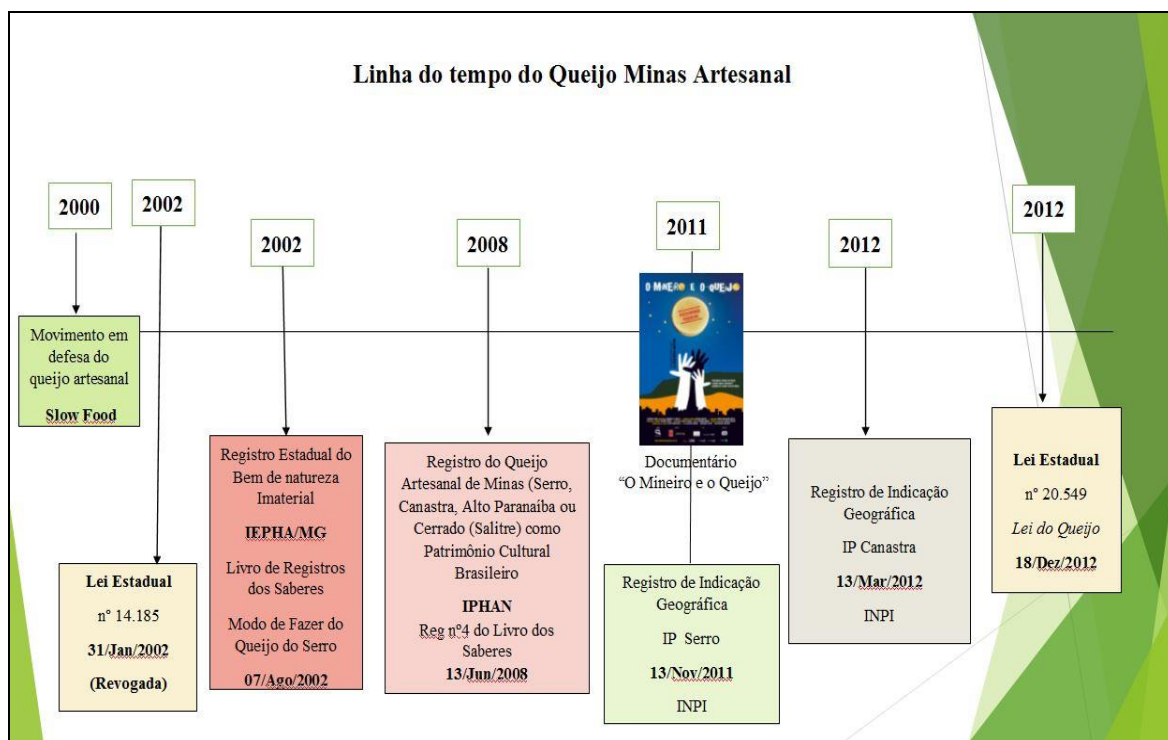


Figura 64: Linha do tempo do Queijo Minas Artesanal
 Fonte: Elaboração própria (2018)