

Indicațiile geografice – instrument de promovare a produselor tradiționale cu origine și calitate determinate

Seminarul național

„Rolul semnelor distinctive pentru dezvoltarea afacerilor”, organizat cu suportul Organizației Mondiale a Proprietății Intellectuale (OMPI), 6–7 iunie 2016, Chișinău

*dr. Svetlana MUNTEANU,
Director General adjunct,
AGEPI*



Paradoxul sec. XXI



Tradiții



Inovații



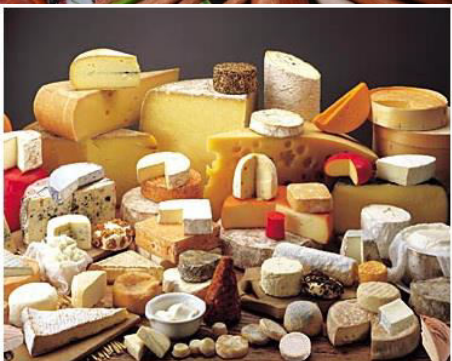
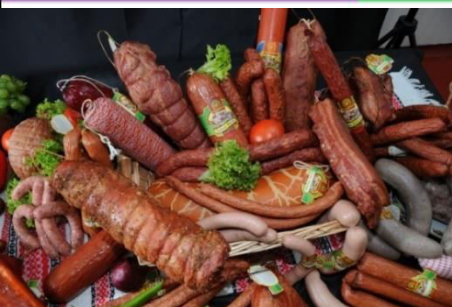
* Gânditorul de la Hamangia, un mister în vârstă de 8000 de ani, desc. Prof. Dumitru Berciu, în 1952, în satul Hamangia, comuna Istria, Dobrogea, astăzi satul Baia, jud Tulcea.

Cum consumatorul face alegerea?

- prețul și caracteristicile produselor
- inofensivitatea și autenticitatea
- trăsăturile specifice și calitatea
- reputația, caracterul tradițional, originea etc.

Așteptările: publicitatea să nu fie asimetrică, se fie informați corect, calitățile și originea produselor să corespundă celor pe care le apreciază și pentru care sunt dispuși **să plătească mai mult.**

Calitățile produselor datorate originii lor specifice se pot concretiza în ceea ce se numește **„indicație geografică”**.



Ce sunt indicațiile geografice?



WORLD TRADE
ORGANIZATION

- Obiecte specifice ale drepturilor de PI, recunoscute și protejate la nivel internațional (Acordul TRIPS, 162 de țări)
- Semne de identificare ale unor produse ce atestă **o legătură strânsă** între calitățile lor cu locul de origine
- **O IG este numele unui teritoriu (loc de origine) ce desemnează un produs existent pe piață, care posedă anumite calități sau se bucură de o bună reputație legată de tradițiile locului**
- Tradițiile se formează și se consacră în timp, astfel că și produsele cu IG deseori sunt elaborate și perfecționate cu dăruire de generații întregi de producători. **Tradițiile nu pot fi monopolizate!**
- **IG nu se creează** (spre deosebire de alte OPI), **ele se recunosc.**



Produsul cu IG = rezultatul conjugat al factorilor de mediu și umani

Produsul
(calități
specifice,
reputație)



Producătorii
(know-how, tradiții,
istorie, organizare)

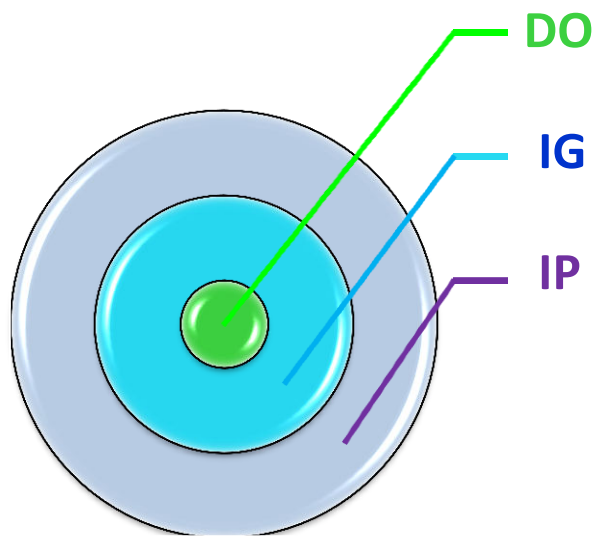


Aria de producție
(climă, sol, apă, aer, soi etc.)



Denumirile de origine (DO) – o categorie specială a IG

- Pentru DO **legătura** dintre calitățile produsului și factorii de mediu este **mult mai strânsă**, de aceea DO sunt mult mai rare și mai valoroase.



DO – calități exclusiv datorate mediului, toate etapele de producție – în aria geografică

IG – calități/reputație parțial datorate originii, cel puțin 1 etapă de producție – în aria geografică

IP – Fabricat în Moldova, Made in China, Produs în Chișinău etc.

Exemple:

IG: Swiss (ceasuri, ciocolată) - Elveția;
Nappa Valey (vinuri) – SUA; Thai Silk (mătase) - Thailanda; Ștefan Vodă, Codru, Valul lui Traian (vinuri) - RM.

DO: Champagne (vin), Cognac (băutură spirtoasă), Roquefort (cașcaval) – Franța; Borjomi (apă minerală) – Georgia; Ciumai, Românești (vinuri) – RM.

O caracteristică comună a IG, DO - contextul geografic, dar și renumele, reputația produsului



Basmati
(orez, India)



Roquefort
(cașcaval, Franța)



Champagne
(vin spumant, Franța)



Vetro di Murano
(sticlă decorativă, Italia)



Darjeeling
(ceai, India)



Tequila
(băutură spirtoasă, Mexic)

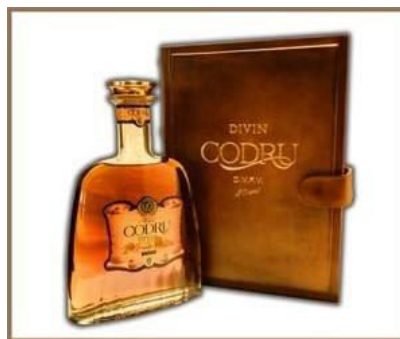
Indicația geografică poate fi, de asemenea:

- o denumire **non-geografică**, spre exemplu

FETA (Grecia)



Divin (Moldova)



PALINCĂ (România)



- sau un **simbol asociat locului de origine al produsului**

de ex.: imaginea personajului de ficțiune Juan Valdez pentru a desemna cafeaua provenind din Columbia

sau: imaginea unui dragon (personaj mitologic) pentru ceai provenind din Ceylon



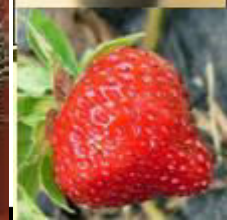
Ce produse pot beneficia de indicații geografice?

Răspunsul este evident: deoarece factorul determinant în cazul indicațiilor geografice este legătura dintre calitățile, renumele, caracteristicile produsului și factorii naturali și/sau etnografici caracteristici zonei geografice respective, rezultă că pot purta indicații geografice în cea mai mare parte produsele:

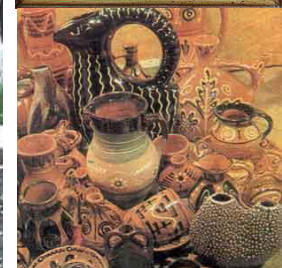
- **agricole** (inclusiv vinurile),
- **alimentare** (inclusiv specialitățile tradiționale),
- **artizanale** sau care necesită un volum mare de lucru manual (instrumente muzicale, cristaluri, articole de artă populară, olărit, broderii etc.) și
- **naturale** (ape minerale, minereuri, roci etc.).



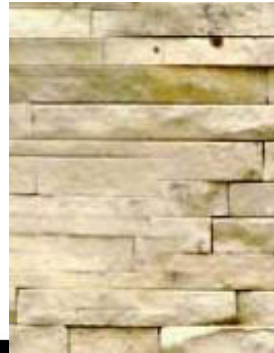
Exemple: produse agricole și alimentare



Produse artizanale



Produse minerale



IG oferă garanția calității și originii produselor

Principiile generale ale sistemului de IG și DO:

- **Efort colectiv** în vederea obținerii protecției, asigurării respectării drepturilor și promovării IG pe piața autohtonă și pe piețele de export
- **Reguli stricte** ce urmează a fi respectate în vederea producerii unui produs cu IG, însumate într-un **caiet de sarcini**
- **Angajament voluntar** de a respecta regulile specificate mai sus, inclusiv de a fi supus controlului privind respectarea prevederilor caietului de sarcini
- **Sistem de control oficial** privind respectarea prevederilor caietului de sarcini



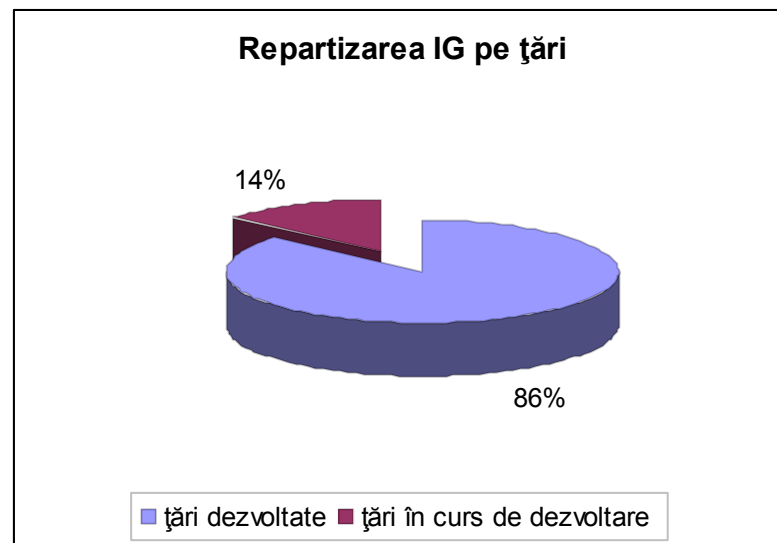
Protecția IG - o privire de ansamblu la nivel mondial

IG sunt un subiect de actualitate economică și politică.

Ele sunt instrumente valoroase ale marketingului în economia globală, care necesită a fi protejate.

Un Studiu realizat în 2007 (O'Connor, Bernard and Irina Kireeva. 2007. GIs Around the World. O'Connor and Company) **arată că** în lume erau protejate peste **10300** de IG :

- **8900** de IG (86%) aparțin țărilor dezvoltate, membre ale OCDE*
- **1400** de IG (14%) - țărilor în curs de dezvoltare



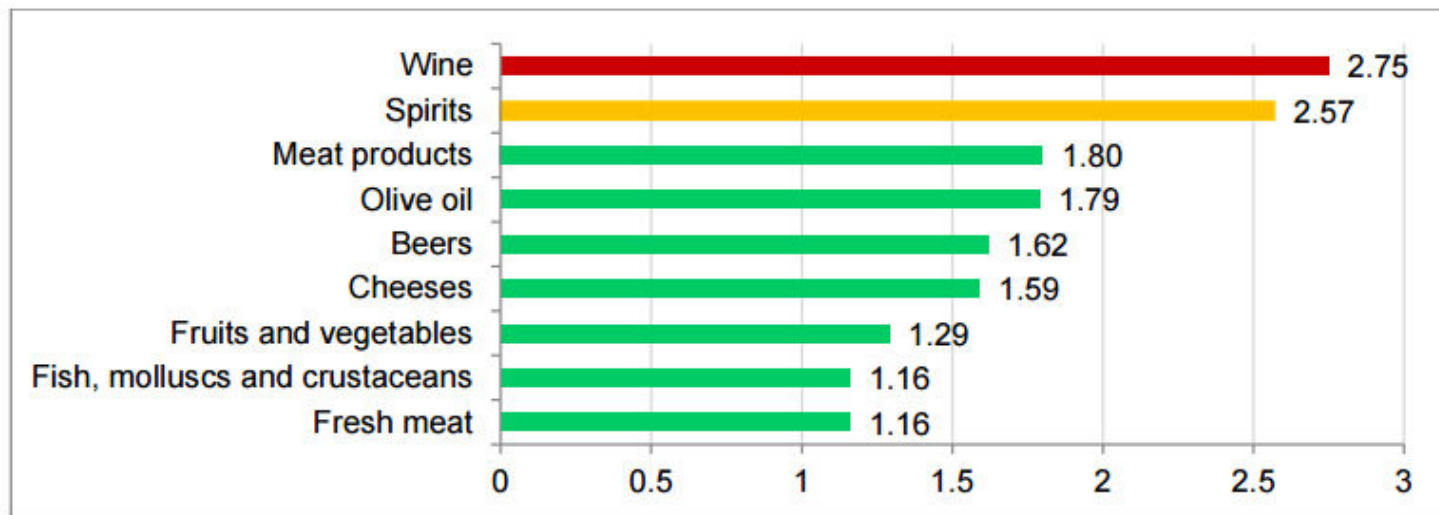
* **OCDE - Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică, 33 de țări cu venituri mari:**

Australia (1971), Austria, Belgia, Canada, Cehia (1995), Chile (2010), Coreea de Sud (1996), Danemarca, Elveția, Finlanda (1969), Franța, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Israel (2010), Italia, Japonia (1964), Luxemburg, Mexic (1994), Noua Zeelandă (1973), Norvegia, Olanda, Polonia (1996), Portugalia, Regatul Unit, Slovacia (2000), Slovenia (2010), Spania, Statele Unite ale Americii, Suedia, Turcia, Ungaria (1996)

De ce avem nevoie de IG și DO?

IG conferă valoare adăugată produselor:

- ✓În 2010, în medie, produsele din UE-27 cu IG s-au; vândut la un preț **de 2.23 ori mai mare** decât aceeași cantitate de produse fără IG*;
- ✓În medie pentru țările UE, diferența de preț între diferite produse cu IG și produse comparabile fără IG, constituie**:



Source : AND-I pour la DG AGRI de la Commission européenne, 2012

* http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm

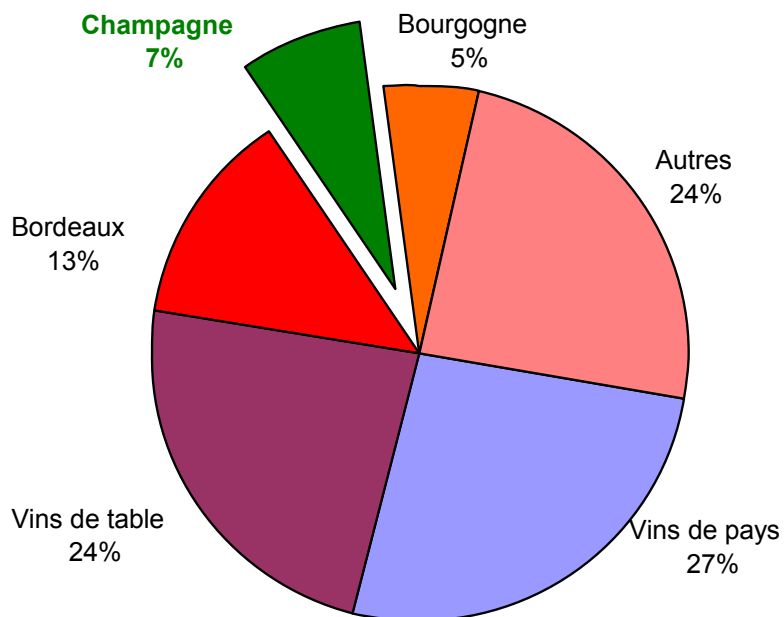
**Source : Source : Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI), AND-I pour la DG AGRI de la Commission européenne, 2012.

Citat după http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_bud_15/wipo_geo_bud_15_8-annex1.pdf

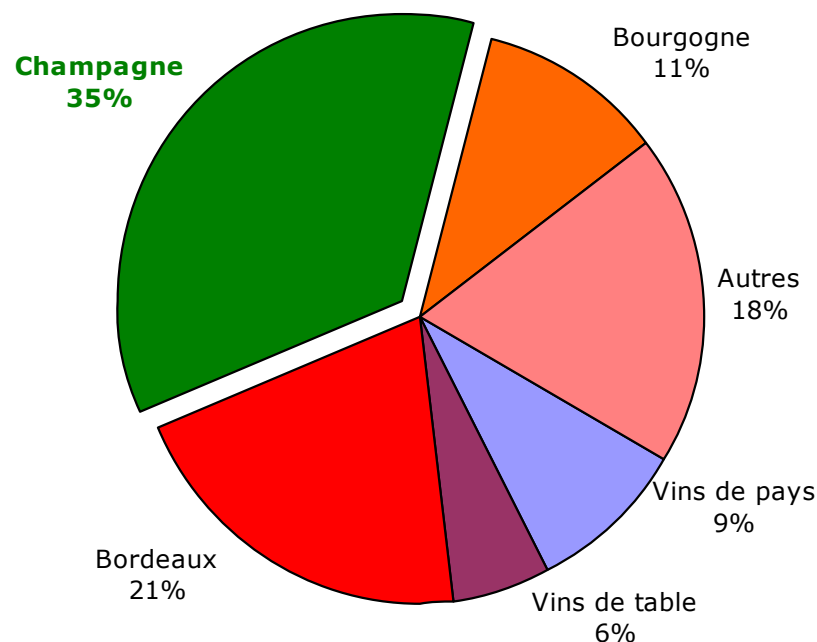
Valoarea adăugată a DO în exportul vinurilor franceze (2010)

(Sursa: Comitetului Interprofesional al vinurilor Champagne)

În volum
en volume



În valoare
en valeur



■ Vins de pays
■ Vins de table
■ Bordeaux
■ Champagne
■ Bourgogne
■ Autres

Venituri și locuri de muncă:

Conform datelor din 2010, **2768 de IG** înregistrate în UE aduceau un venit de **54,3** miliarde €

- Cele circa **600 de IG** pe care le are Franța protejate la nivel comunitar generează **19** miliarde de euro și sunt vitale pentru 138.000 de ferme;
 - *DO Champagne aduce anual **4,19** miliarde €, asigurând cu locuri de muncă:*
 - *30 000 angajați direcți și circa 50 000 angajați indirecti*
- **420 IG** italiene generează venituri de 12 miliarde euro și oferă locuri de muncă pentru 300.000 de angajați italieni;
- În Spania 123 produse cu IG generează aproximativ 3,5 miliarde euro etc.

Indicații geografice (China)

IG Pinguu Peach



- IG Pinguu Peach protejată în China pentru produsul piersici.
- Plantațiile de piersici în districtul Pinggu se întind pe o suprafață de aproximativ 145 km², oferind locuri de muncă pentru 150.000 de persoane în satele locale.
- Din moment ce Pinggu Peach a fost înregistrată ca indicație geografică și promovată ca atare, valoarea de piață a fructelor a crescut de la **1,5 la 4 Yuan pe kilogram**, prin urmare, având drept rezultat creșterea semnificativă a veniturilor agricultorilor locali.



Indicații geografice (Serbia)

Zmeura de Arijle

Arijle, Serbia, “capitala zmeurei”:

- populația orașului - 6.700, a municipiului – 18,800;
- peste 5.000 de mici unități de producere, 1200 ha;
- produc anual **>20.000 tone** de zmeură, sau 30% din piața națională de zmeură congelată

În cinstea zmeurei este ridicat și un monument.



Indicație geografică (România)

Magiun de Topoloveni

- Magiunul de prune de Topoloveni a fost recunoscut ca Indicație Geografica Protejată (IGP) la nivel european din 8 aprilie 2011.
- Obținerea certificării s-a reflectat în triplarea prețului (de la **8 la 23 RON** ($\approx 5,2 \text{ €}$) pentru un borcan de 350 g) și deschiderea de noi piețe (magiunul de prune de Topoloveni se vinde într-un magazin din Nisa, dar se prevede comercializarea acestuia și în magazine din Germania și Austria).
- Pentru comparație: în Republica Moldova prețul unui borcan de magiun de prune este cca **1,16 euro** (21 MDL)



IG sporesc exporturile

✓ UE - exportul produselor cu IG în 2010 a constituit*:

87% din valoarea exporturilor de vin;

64% din valoarea exporturilor de băuturi spirtoase

* http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2012/value-gi/final-report_en.pdf

✓ Țări în curs de dezvoltare

Produsul	Ulei de argan	Lână de cashmere	Cafea Costa-Rica	Țigări Habanos	Ceai rooibos	Tequila
Țara	Maroc	Mongolia	Costa Rica	Cuba	Africa de Sud	Mexic
Ponderea exporturilor	70%	90%	80%	90%	60%	80%



Ce alte avantaje oferă IG?

IG - instrumente eficiente pentru promovarea dezvoltării rurale :

- ajută producătorii să obțină un supraprofit în schimbul garanției calității
- ajută la distribuirea mai corectă și echitabilă a veniturilor pe întreg lanțul de producere începând cu producătorii materiilor prime și terminând cu comercianții
- valorifică locul de origine al produsului
- creează locuri de muncă, preîntâmpină exodul rural

IG contribuie la păstrarea know-how-ului local și a mediului, deoarece:

- încurajează păstrarea resurselor naturale
- preîntâmpină standardizarea produselor agroalimentare

IG sunt o parte componentă a culturii noastre:

- contribuie la colaborarea producătorilor locali în vederea soluționării problemelor comune
- joacă un rol pozitiv în edificarea identității naționale, făcându-i pe producători mândri de produsele sale unice tradiționale
- stimulează turismul rural, agroturismul



Politica de promovare a IG

- În UE logo-urile DOP și IGP sunt recunoscute respectiv de 13 - 14% dintre consumatorii europeni, față de 25% pentru agricultura ecologică*.
- Există diferențe geografice mari, logo-ul AOP este bine cunoscută de 30% dintre consumatorii italieni, dar numai 2% dintre consumatorii olandezi.
- Regulamentul (UE) nr ° 1144/2014 pentru **politica de promovare** prevede:
- O creștere semnificativă a ajutorului alocat inițiativelor de informare și de promovare a sistemelor de calitate (DOP/IGP/STG, Organic) pe piața internă și în țările terțe, ajungând la 200 mln € în 2019. Pentru 2016 sunt alocate 111 mln €.



•Tanguy CHEVER. Les indications géographiques (IG) au sein de l'Union européenne (UE) : aspects économiques.
http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoint/en/wipo_geo_bud_15/wipo_geo_bud_15_8-annex1.pdf

Republica Moldova este sortită să își dezvolte sistemul de IG

- Agricultura joacă un rol strategic în economia Moldovei și contribuie cu peste **12 - 13%** la PIB*
- ponderea exportului mărfurilor agroalimentare în totalul exportului de mărfuri - **45,7%***
- productivitatea sectorului este de **2** ori mai mică decât în media europeană (Studiu Banca Mondială)
- forța de muncă în sectorul agricol - **31,7%** din totalul persoanelor ocupate, dintre acestea 40% (sau 13,0% din total ocupare) – produc produse agricole în exclusivitate pentru consum propriu*
- ponderea persoanelor care lucrează doar în baza unei înțelegeri verbale este estimată în agricultură la **46,2%***
- fenomenul salariului ”în plic” în agricultură constituie **48,9%***

* <http://www.maia.gov.md/>; ** datele BNS pentru 2015



Pentru a fi beneficia de avantajele sistemului de IG trebuie să fie asigurată existența următorilor factori:

1

- Cadrul normativ în domeniu
- Cadrul instituțional adecvat

2

- Un produs cu calitate/caracteristici/reputație datorate originii
- Un grup interesat de promovarea produsului respectiv

3

- Cunoaștere de către producători și consumatori a conceptului de IG
- Interes față de produsele cu origine și calitate garantată

Cadrul normativ în domeniul protecției IG al Republicii Moldova include:

Legislația națională,

în concordanță atât cu normele internaționale, cât și cu cele ale Uniunii Europene

- **Legea** privind protecția denumirilor de origine, indicațiilor geografice și specialităților tradiționale garantate nr. 66-XVI din 27.03.2008 (*în continuare – Legea 66/2008*);
- **Regulamentul** privind procedura de depunere, examinare și înregistrare a IG, DO și a STG, aprobat prin HG nr. 610 din 05.07.2010 (*în vigoare din 13.07.2010*);
- **HG nr. 644 din 19.07.2010** cu privire la desemnarea autorităților competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu IG, DO și STG... (*în vigoare din 13.07.2010*);
- **Actele normative ce reglementează măsurile de asigurare a respectării drepturilor în domeniul IG și procedurile ex-officio**

<http://agepi.gov.md/ro/legislatie/nationale>

Tratatele internaționale

în domeniul IG

la care RM este parte

- **Aranjamentul de la Lisabona** privind protecția denumirilor de origine a produselor și înregistrarea lor internațională (*în continuare - Aranjamentul de la Lisabona*), *în vigoare pentru RM din 05.04.2001*;
- **Acordul TRIPS**, *în vigoare pentru RM din 26.07.2001*;
- **Acordul de asociere între Uniunea Europeană ... și Republica Moldova** (*în continuare – Acordul de asociere RM-UE*), semnat la 27.07.2014, *în vigoare din 01.09.2014*;
- > **Subsecțiunea 3 Indicații geografice** (art. 296-306) care a integrat prevederile **Acordului RM-UE privind protecția IG**, semnat la 26.06.2012, *în vigoare din 01.04.2013*.

<http://agepi.gov.md/ro/legislatie/internationale>

Cadrul instituțional

```
graph TD; A[Cadrul instituțional] --> B[AGEPI]; A --> C[Autoritățile competente]; B --> D["Unica autoritate ce acordă pe teritoriul Republicii Moldova protecție juridică IG și DO"]; C --> E["Responsabile de omologarea caietelor de sarcini pentru domeniile reglementate"]; C --> F["Responsabile de controalele oficiale privind conformitatea produselor cu IG și DO"];
```

AGEPI

Unica autoritate ce
acordă pe teritoriul
Republicii Moldova
protecție juridică

IG și DO

Autoritățile competente

Responsabile de
omologarea caietelor
de sarcini pentru
domeniile reglementate

Responsabile de
controalele oficiale
privind conformitatea
produselor cu IG și DO

Autoritățile competente abilitate cu atribuții și responsabilități referitoare la produsele cu IG și DO (HG 644 din 19.07.2010*)

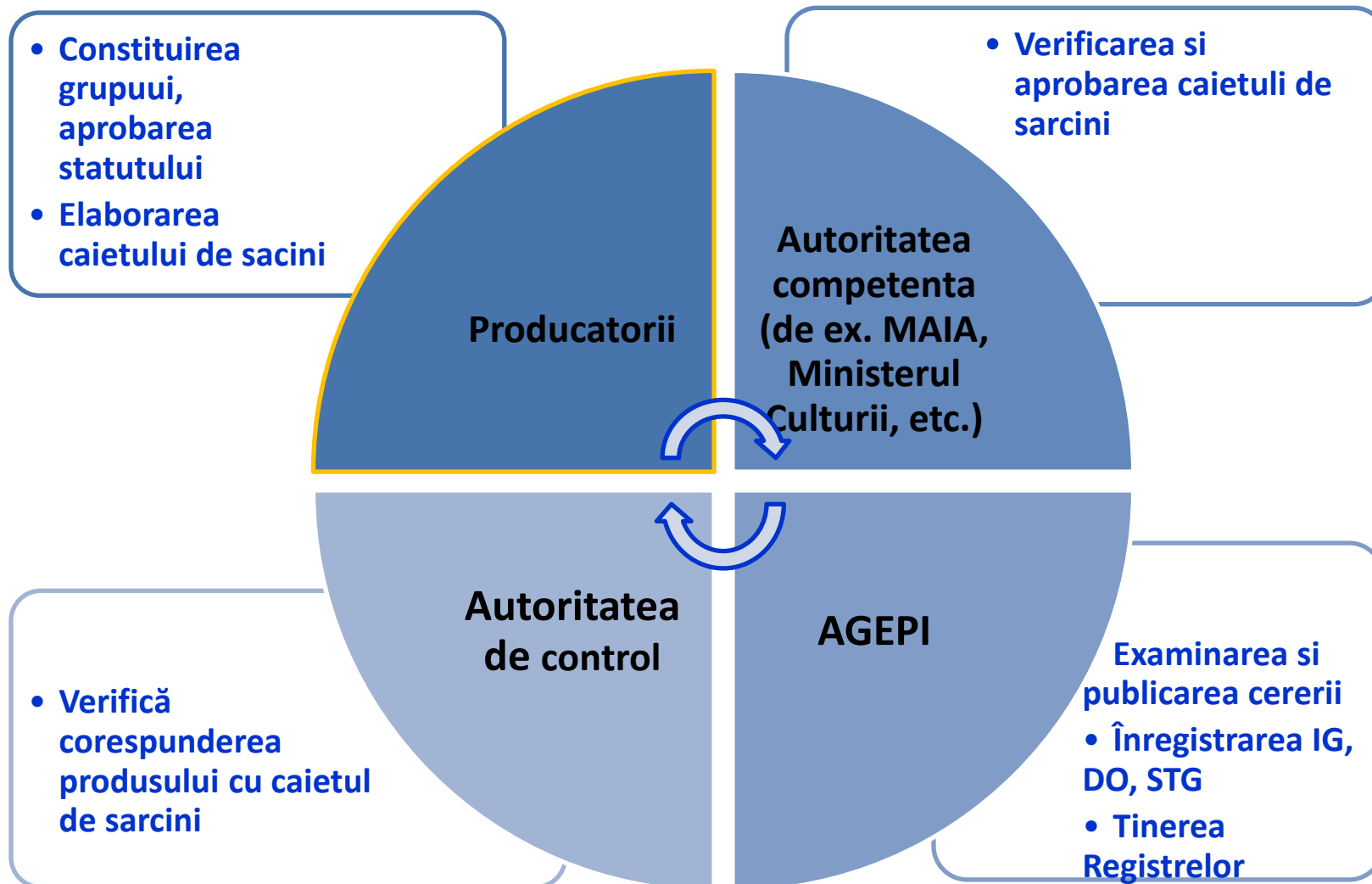


- **Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare** – pentru produse agricole și alimentare, inclusiv fructe și produse din fructe, legume și produse din legume, nuci, miere, carne, pește, produse vinicole și alcoolice, bere, băuturi nealcoolice, ape minerale, tutun și produse din tutun etc;
- **Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor** - pentru materiale și produse pentru construcții;
- **Ministerul Culturii** – pentru obiecte de artizanat;
- **Ministerul Sănătății** – pentru ape minerale medicinale, ceaiuri medicinale, produse parafarmaceutice;
- **Ministerul Mediului** – pentru Materie primă minerală (piatră, nisip, argile, diatomit, tripol, bentonit etc.).



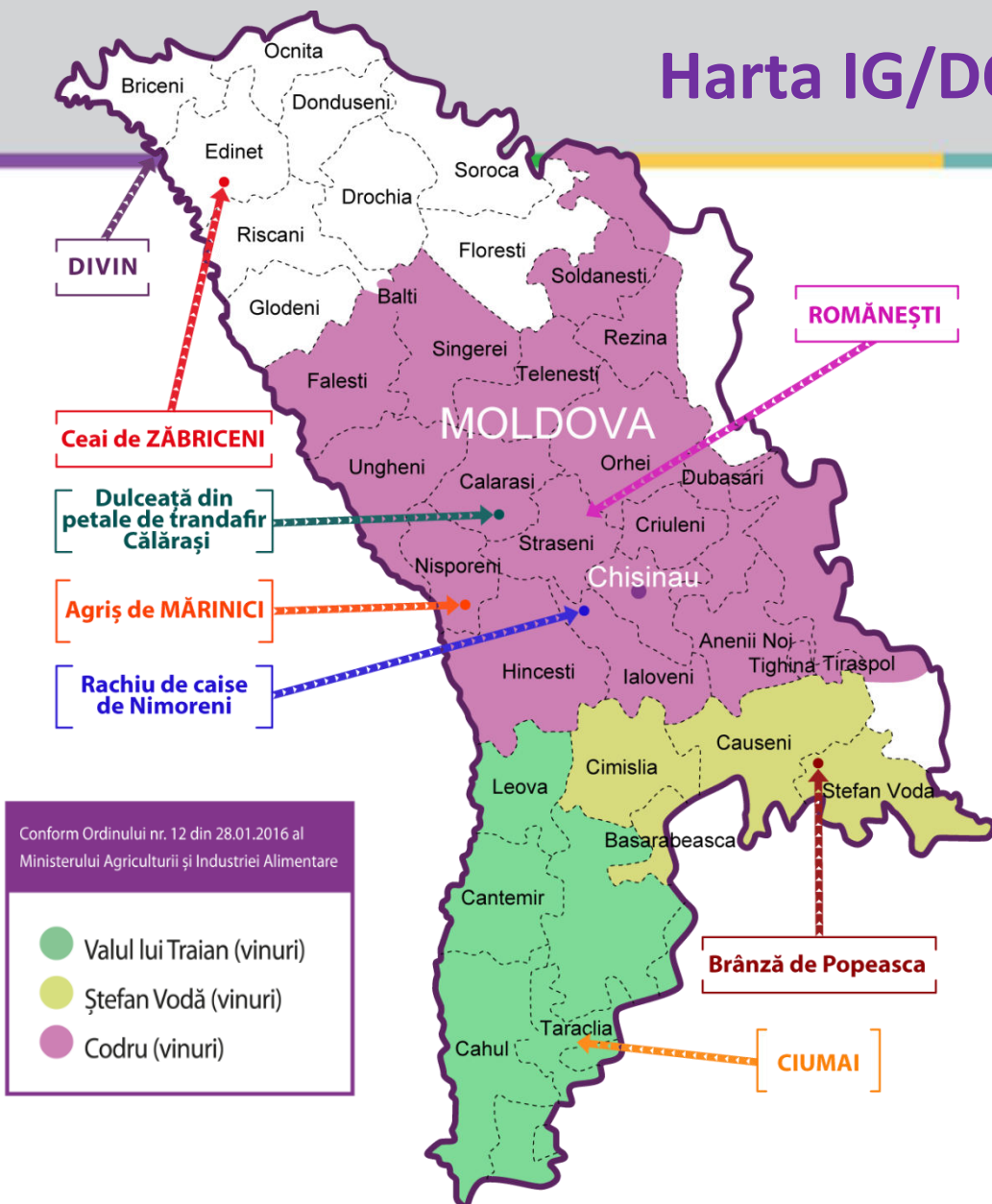
HG 644/2010 urmează să fie actualizată și ajustată după modificarea Legii 66/2008

Etapele pentru obținerea protecției IG sau DO, la nivel național



Harta IG/DO din Republica Moldova

La finele anului 2015



Ruslan Bologan, © AGEPI

- în RM erau protejate:

- 2 DO și 4 IG autohtone
- 892 de DO din țările membre ale Aranjamentului de la Lisabona
- 3494 de IG și DO din UE, în baza Acordului de asociere RM-UE

- au fost depuse la AGEPI:

- 2 cereri noi de înregistrare a indicațiilor geografice:
 - ✓ Rachiul de caise de Nimoreni;
 - ✓ Dulceață din petale de trandafir Călărași

IG protejate prin legi speciale (1)

Cricova



- Legea Republicii Moldova cu privire la declararea complexului "Combinatului de vinuri "Cricova" S.A." drept obiect al patrimoniului cultural national al Republicii Moldova (Nr. 322-XV din 07.18.2003) (*Monitorul Oficial al R.Moldova nr .191-195/754 din 05.09.2003*).

Mileștii Mici



- Lege cu privire la acordarea statutului de obiectiv al patrimoniului cultural-național al Republicii Moldova bunurilor Întreprinderii de Stat "Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici" Nr.199-XVI din 28.07.2005 (*Monitorul Oficial al R.Moldova nr.117-118/596 din 02.09.2005*)



IG protejate prin legi speciale (2)



Orheiul Vechi

**LEGEA Nr. 251 din 04.12.2008 privind
constituirea Rezervației cultural-naturale
„Orheiul Vechi”**



**Protecția IG prin aceste legi speciale este
indirectă, implicită, nu corespunde Legii 66/2008**



Simbolurile naționale asociate IGP, DOP, STG

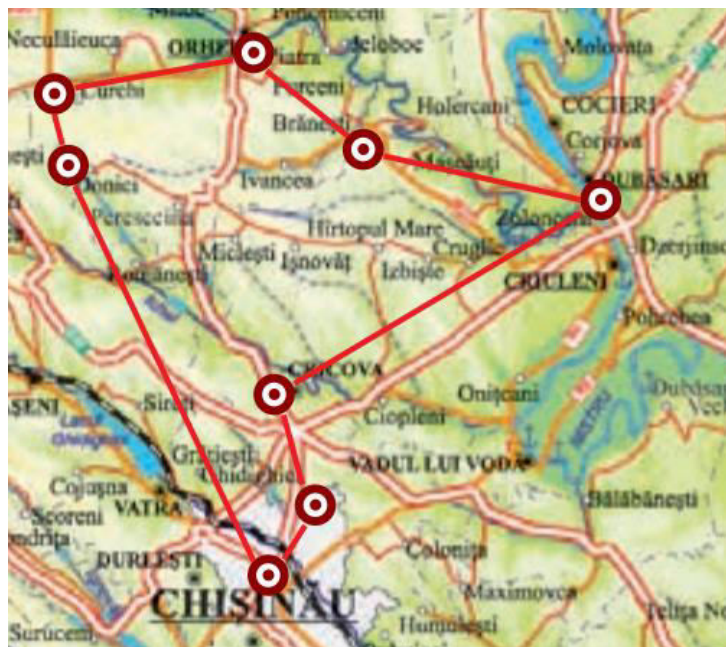
- În baza unui concurs național, Comisia Națională desemnată a selectat simbolurile câștigătoare:



- Respectivele simboluri, precum și **Regulamentul de utilizare** a acestora, au fost aprobate de către Parlamentul Republicii Moldova prin Legea nr. 101 din 12.06.2014.
- În prezent, aceste simboluri sunt protejate și la nivel internațional, în baza art. 6ter al Convenției de la Paris, în toate țările membre ale Convenției și ale OMC (circa **210 țări**).

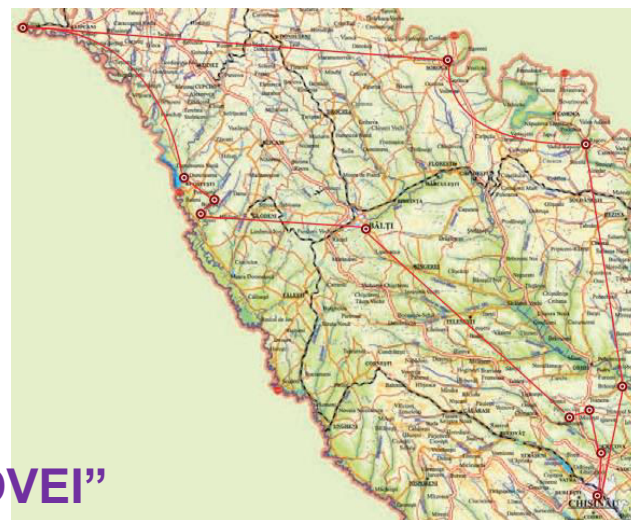
Drumul vinului – 7 rute turistice vitivinicole

„ORHEIUL VECHI”

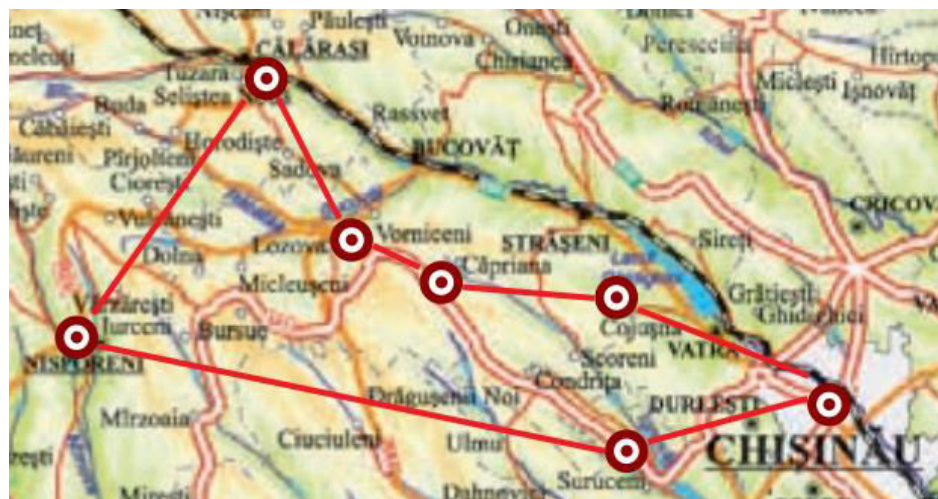


Spre Nord de CHIȘINĂU

„CHIȘINĂU-BĂLȚI”



„CODRII MOLDOVEI”



După Ghidul editat de Agenția turismului
http://turism.gov.md/files/6340_GUIDE2_viewpdf2.pdf

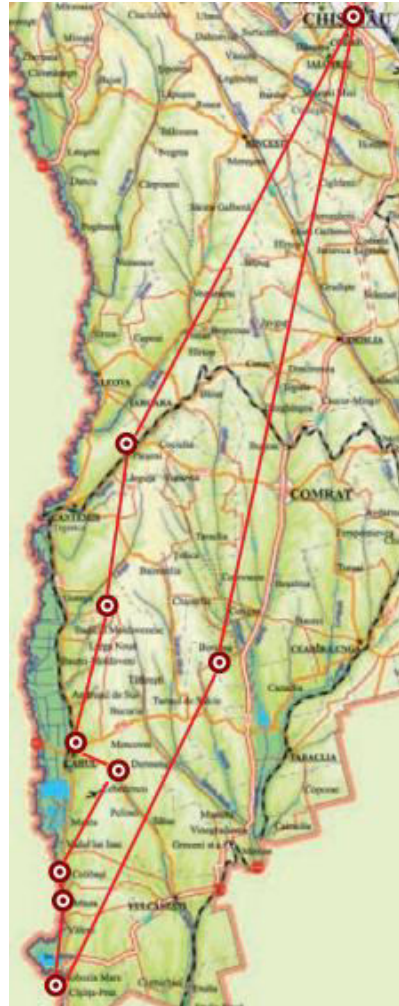


Rute turistice vitivinicole - spre Sud de CHIȘINĂU

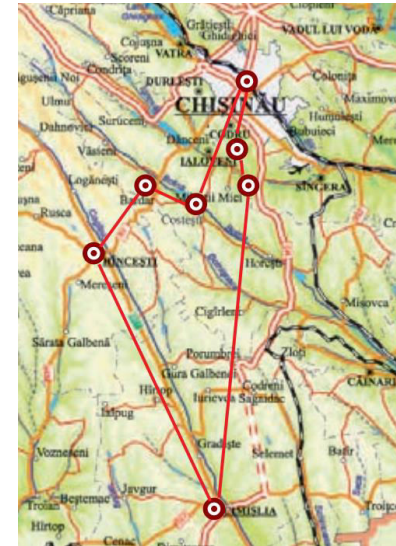
„STEPA BUGEACULUI”



„DUNĂREA DE JOS”



„LĂPUȘNA”

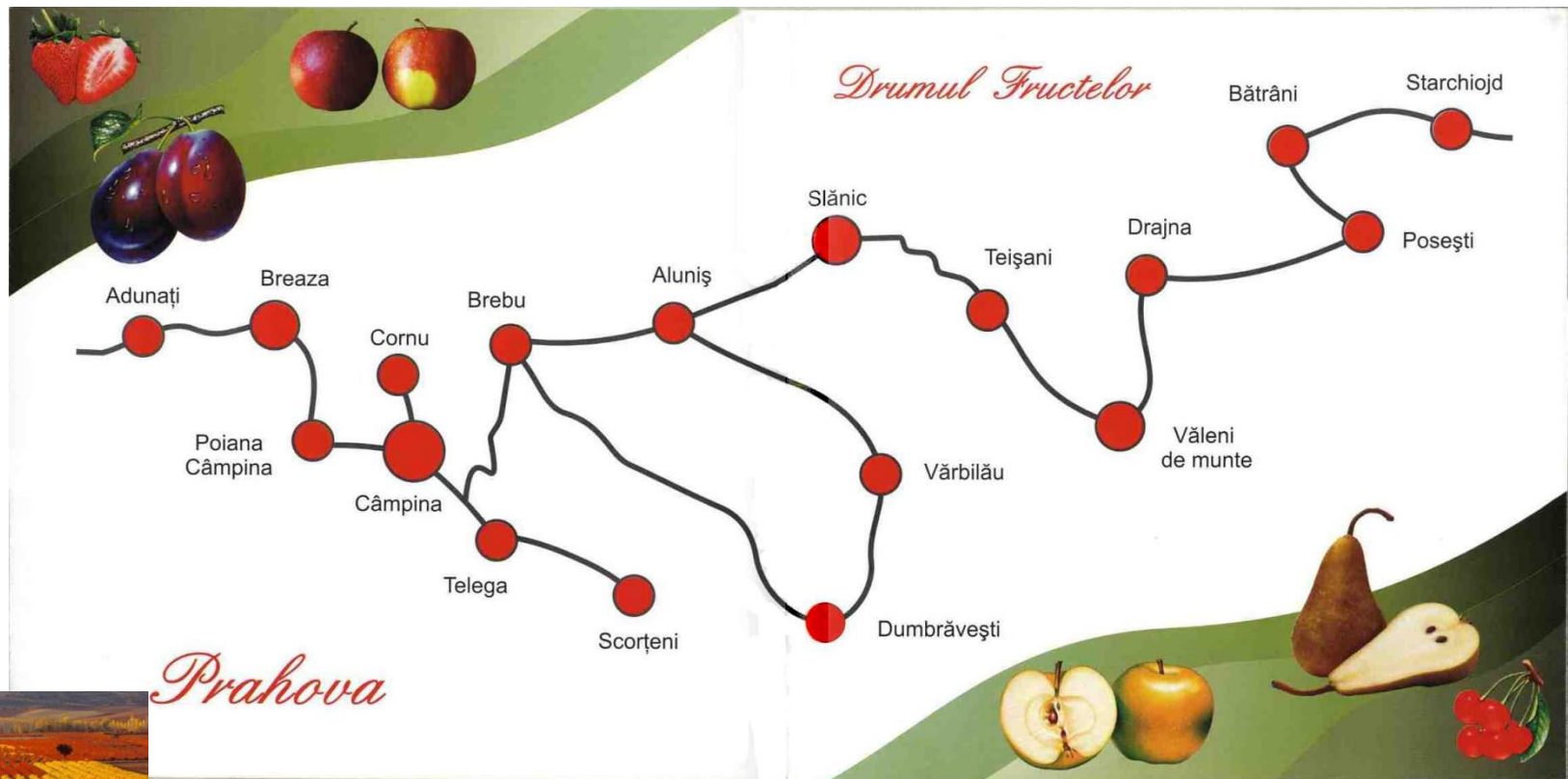


„PURCARI”



Drumul Fructelor (RO)

- Scopul: facilitarea dezvoltării zonei de nord a Prahovei, recunoscută și renumită ca fiind una producătoare de fructe
- 18 localități, 28 de popasuri turistice



Campania „Fructele interzise sunt cele mai dulci” ca răspuns la embargoul rusesc (2014, proiectul Madein.md)



- „**Drumul Fructelor**”: vizite la gospodăriile țărănești și întreprinderile agricole din R. Moldova
- **Promovarea:** producătorilor autohtoni, consumului activ, zilnic de fructe
 - **Evidențierea:** producătorilor autohtoni de fructe (eco, naturiste), calității și avantajelor fructelor în raport cu cele importate

Drumul Fructelor (MD)



- **Prima stație: Căpșunele**
– Băcioi, Denis Apostu



- **A doua vizită - la cules cireșe în livada din satul Negrești, raionul Strășeni (30 km de la Chișinău) - SRL LGVD-Agro, Șoiliță Gheorghe**





Mulțumim pentru atenție!
Întrebări...?

www.agepi.gov.md

Adresa poștală:

Str. Andrei Doga nr. 24, bloc 1,
Chișinău, MD2024, Republica Moldova

Telefoane și fax:

Consultații: (+373-22) 400506;
Fax: (+373-22) 440119

