



International Coffee Organization  
Organización Internacional del Café  
Organização Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café

WP Board 1043/08 Rev. 2

24 janeiro 2008  
Original: inglês

P

Indicações geográficas

Junta Executiva  
266<sup>a</sup> reunião  
24 janeiro 2008  
Londres, Inglaterra

**Projeto de termos de referência para um seminário sobre indicações geográficas para o café**

### **Antecedentes**

O documento adiante contém um projeto de termos de referência para o seminário sobre indicações geográficas previsto no programa de atividades para 2007/08. Palestrantes apropriados serão especificados e contatados após a aprovação dos termos de referência.

### **Ação**

Solicita-se à Junta Executiva que aprecie e aprove o projeto de termos de referência reproduzido adiante e que sugira os nomes de palestrantes que possam ser convidados para participar do seminário.

## **PROJETO DE TERMOS DE REFERÊNCIA PARA UM SEMINÁRIO SOBRE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA O CAFÉ**

### **Introdução**

1. As indicações geográficas identificam um produto como originário de um território, região ou localidade específica onde uma determinada qualidade, reputação ou outra característica é essencialmente atribuível a sua origem geográfica. Por outras palavras, o conceito de indicações geográficas é usado para diferenciar um produto que, tendo uma origem geográfica específica, possui características especiais atribuíveis a essa origem. Este conceito pode ser utilizado em estratégias de marketing para desenvolver a imagem de um produto cultivado ou produzido em certas áreas geográficas para criar maior consciência do produto entre os consumidores e, em algumas circunstâncias, conseguir sua venda com prêmios, superando os preços do mercado. Alguns produtores de café, a exemplo de diversas empresas e produtores de outras mercadorias, implementam esta estratégia de marketing.

2. Esta questão foi discutida na Organização Mundial do Comércio através do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS), que, em seu artigo 22, dispõe especificamente que os Membros estabelecerão os meios legais para impedir:

- “a) a utilização de qualquer meio que, na 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 do produto;
- b) qualquer utilização que constitua um ato de competição desleal na acepção do artigo 10bis da Convenção de Paris (1967).”

### **Objetivo**

3. O objetivo do seminário é informar os Membros sobre o conceito de indicações geográficas, seu desenvolvimento e sua possível importância para o setor cafeeiro. O seminário disponibilizará maiores informações aos Membros sobre métodos de diferenciação de produtos, que podem ser um importante instrumento de marketing num mercado competitivo.

## **Estrutura proposta**

4. O seminário cobrirá os seguintes temas:

a) *Visão geral das questões centrais*

Esta sessão introdutória cobrirá as questões-chave relacionadas com indicações geográficas; seus impactos; a relação entre indicações geográficas e sistemas de proteção de direitos de propriedade intelectual; a relação entre indicações geográficas e a qualidade do café; e outras questões relevantes, tais como possíveis práticas anticompetitivas, barreiras enfrentadas por novos participantes, regulamentação, etc.

b) *Uso de indicações geográficas: diversas experiências*

Palestrantes dos países exportadores e importadores compartilharão suas experiências com respeito a indicações geográficas.

c) *Questões de rotulagem, rastreabilidade e certificação*

Nesta seção se tratará de questões práticas e técnicas relacionadas com o uso de indicações geográficas.

d) *Questões jurídicas atuais relativas às indicações geográficas*

Os palestrantes analisarão questões jurídicas de âmbito nacional e internacional (OMC e proteção jurídica internacional) e mecanismos para a observância de indicações geográficas e marcas registradas.

## **Palestrantes que se sugere convidar**

5. Propõe-se contatar organizações das seguintes categorias e solicitar-lhes que enviem palestrantes:

- Instituições de pesquisa / Universidades
- Associações da indústria do café / de cafeicultores nos países exportadores
- Indústria do café nos países importadores
- Especialistas em Direito de uma variedade representativa de regimes jurídicos
- Organizações internacionais pertinentes