

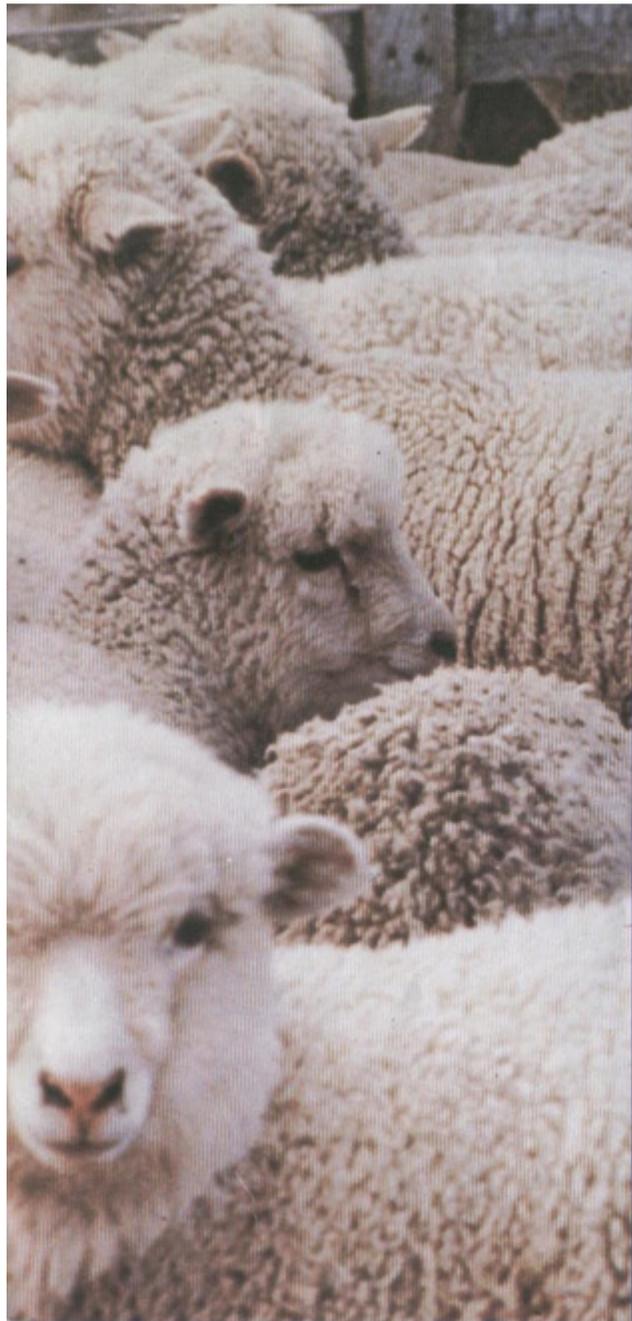


# Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen en la República ARGENTINA, 2010



Ministerio de  
Agricultura, Ganadería y Pesca  
Presidencia de la Nación

Elena Schiavone



CORDERO  
PATAGONICO:  
El más rico  
y el más sano.

## GARANTIA DE ORIGEN

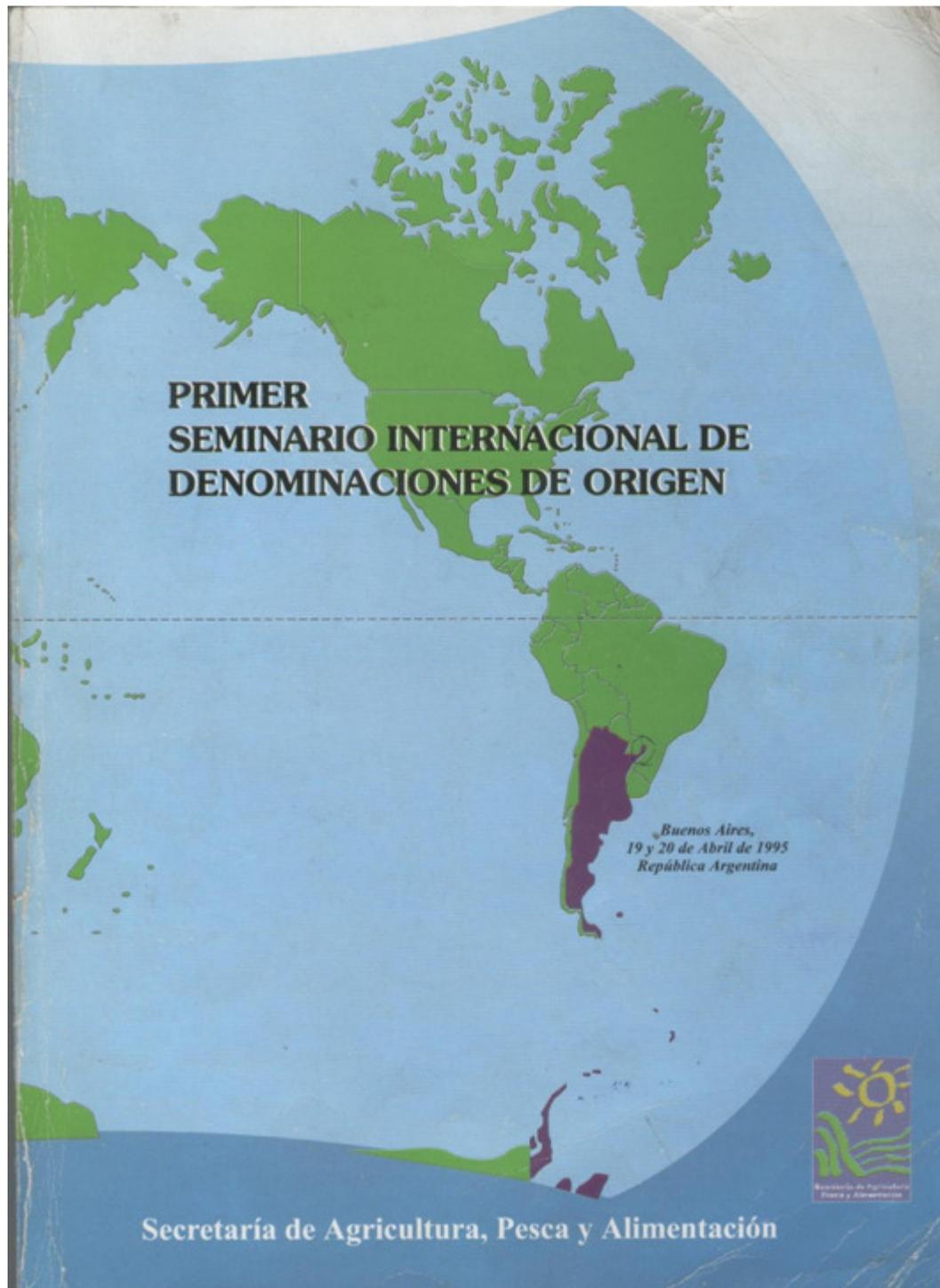
La Indicación de Procedencia "Carne Ovina Patagónica", creada por resolución S.A.G.y P. N° 286/93, es un título de propiedad intelectual, protegido por las leyes 17.011 y 22.195, que garantiza el origen del producto.

De ahora en adelante, al comprar carne ovina identificada con este logo, el consumidor tendrá la certeza de que la misma proviene de la Patagonia y que adquiere, en consecuencia, un producto con todas las características de calidad inherentes a la carne producida en esta región privilegiada.

Esta Indicación de Procedencia es la primera que se otorga a un producto argentino y se ajusta a las normas vigentes en la comercialización de los productos alimenticios en los países desarrollados.



ES GARANTIA DE ORIGEN Y  
ASEGURA LA CALIDAD.



19 y 20 de abril de 1995.

- Agronegocios y DO.
- Aspectos Internacionales.
- La experiencia española.
- La experiencia francesa.
- Aspectos Legales: PI y DO.
- Marcas y DO.
- Implementación en Argentina.

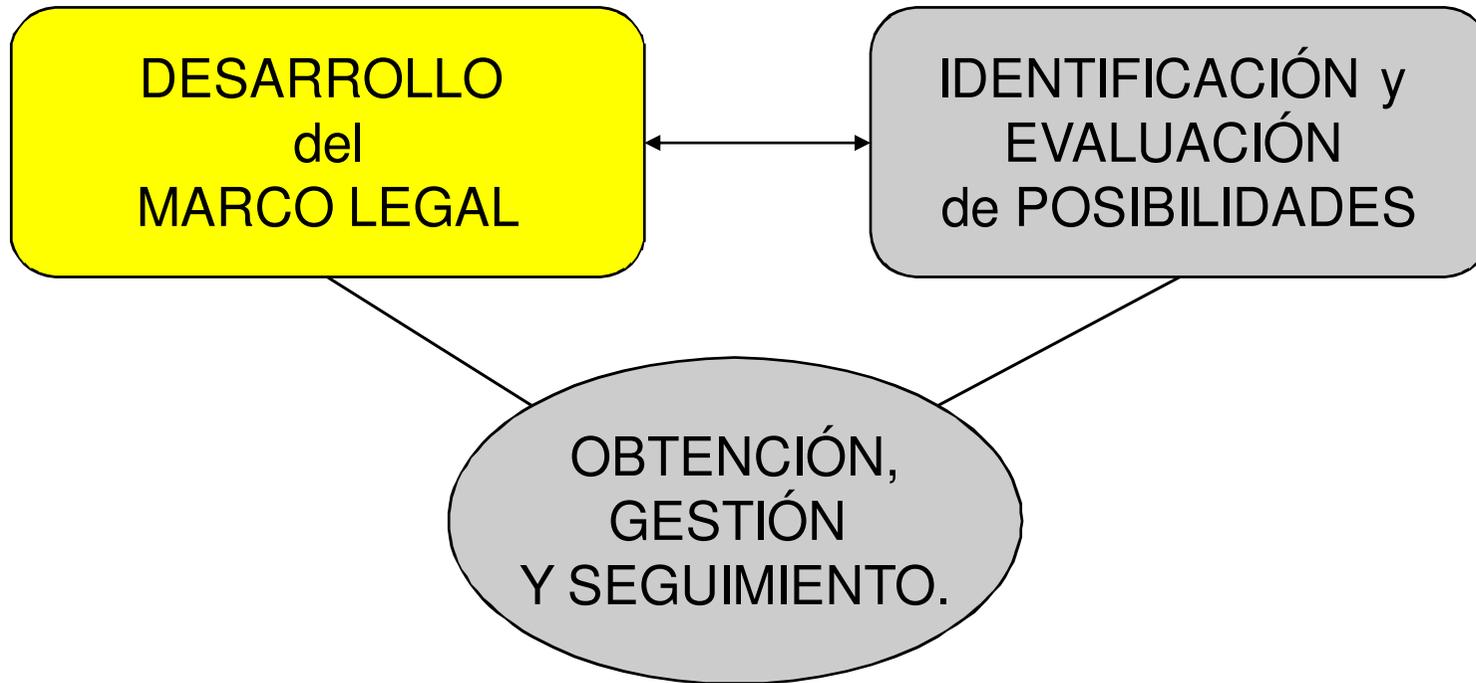
La experiencia argentina:

- Carne ovina patagónica.
- Vinos: San Rafael; Luján de Cuyo.
- Torrontés Valle de Famatina.
- Manzanas y Peras San Francisco del Chañar.
- Duraznos de San Pedro.
- Frutillas de Coronda.
- Aceite de Oliva Cruz del Eje.

Otras experiencias de los 90's...



# Sistema en construcción: Elementos



# ADPIC: ratificado mediante Ley 24.425: Indicaciones Geográficas

---

**Artículo 22:** establece que las “(...) *IG son las que identifiquen un producto como originario de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.*”

# Excepciones a la protección previstas en el Acuerdo. (Art. 24)

---

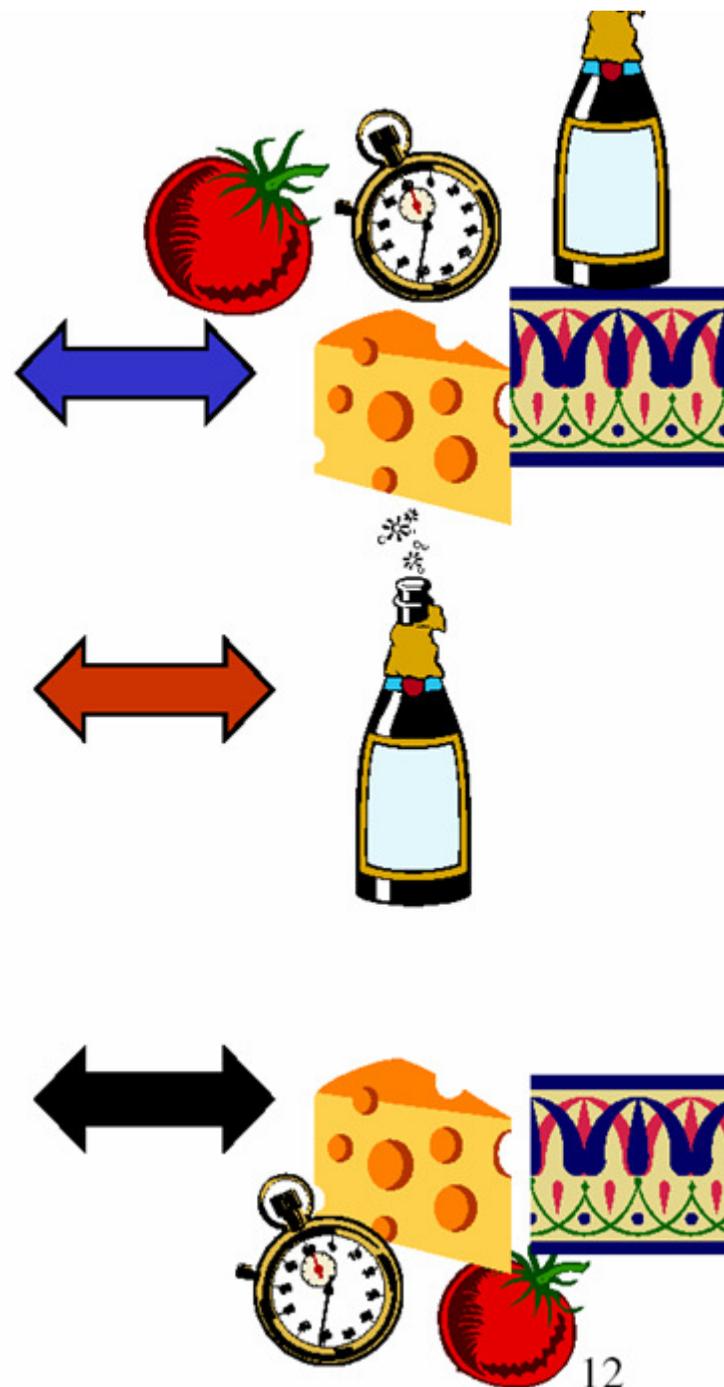
- Marcas de fábrica o de comercio similares a una IG de vinos o espirituosas utilizadas para bienes o servicios, desde antes del 15 de abril de 1994, o de buena fe, antes de esa fecha (Art. 24.4)
- Marcas de fábrica o de comercio solicitadas o registradas de buena fe, antes que el Acuerdo entrara en vigor en ese miembro, o antes que la Indicación Geográfica estuviera protegida en el país de origen (Art. 24.5)
- Nombre genérico: una IG es idéntica al término habitual en el lenguaje corriente de un bien o servicio en otro país. (Art. 24.6)
- Cuando la IG es el nombre de una variedad de uva. (Art. 24.6)
- Los nombres de personas o sus antecesores utilizados en el curso de operaciones comerciales.(Art. 24.8)
- Las IG que no estén protegidas en su país de origen o hayan caído en desuso. (Art. 24.9)

## Niveles de Protección "Transnacional":

-Fuera de ADPIC: leyes nacionales, acuerdos bilaterales, regionales y multilaterales.

- ADPIC: Nivel más alto: Art. 23: vinos y bebidas espirituosas. Uso exclusivo!

- ADPIC: Nivel general: Art. 22: protección sujeta a:  
- "test del engaño" –  
confusion del consumidor.  
- *Competencia desleal*



# Marco Regulatorio:

1995: ADPIC  
Aprobado por Ley  
24.425.

Ley N° 25.380 (2000) y su modificatoria N°  
25.966 (2004) Productos Agrícolas y  
Alimentarios

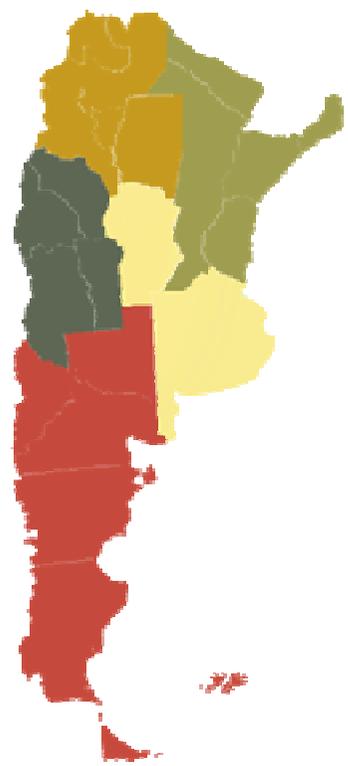


Decreto Reglamentario → 556/2009

Autoridad de Aplicación MAGyP - Res. N° 202/2006

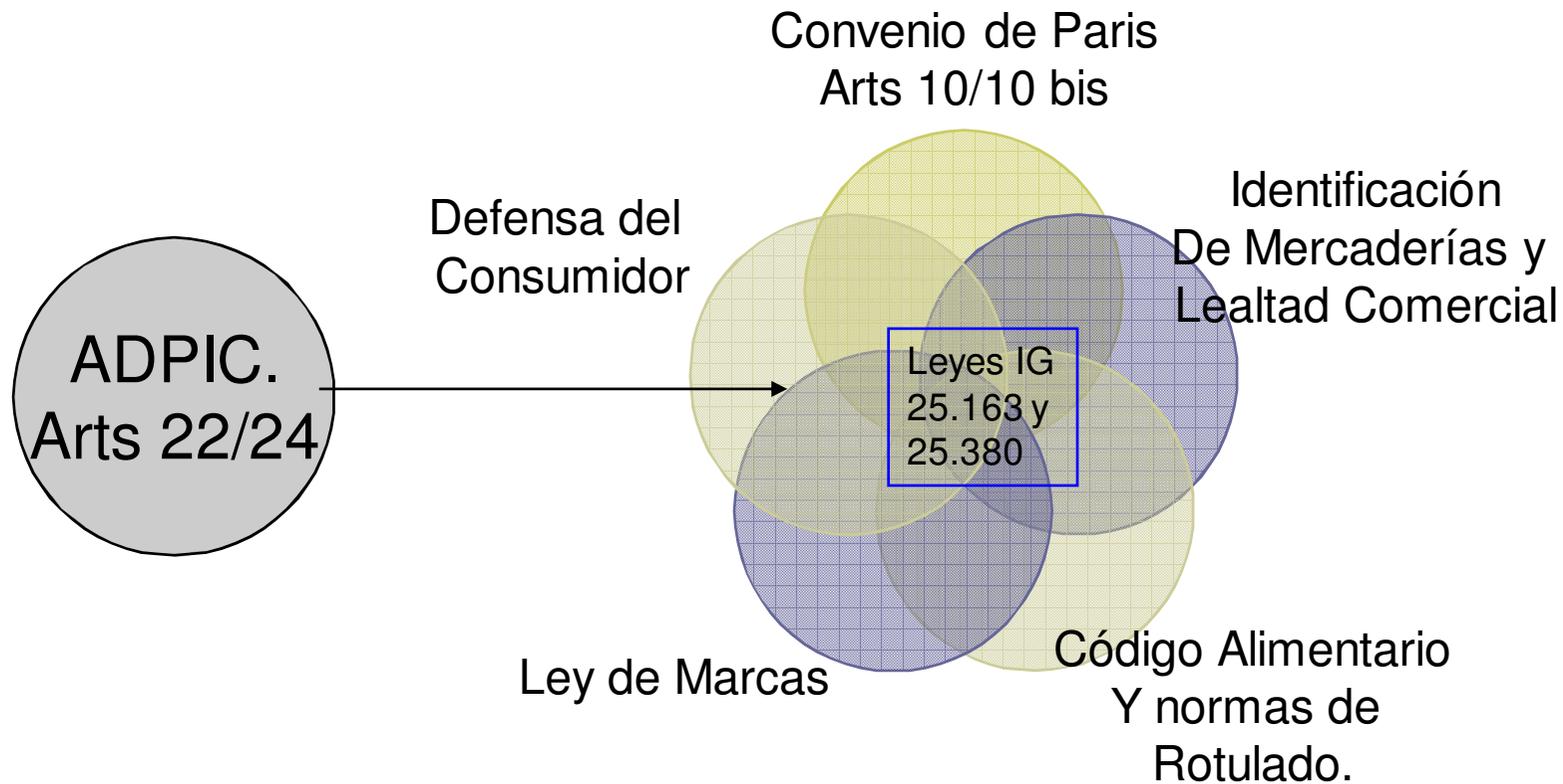
Resolución SAGPYA N° 658/2009: Comisión

Resolución SAGyP 587 – 23/9/2010-  
Registro Nacional



DNTCPAF recepción de  
solicitudes y  
seguimiento de exptes.

# Esencia de la Protección: uso indebido del nombre, error o engaño en el consumidor.

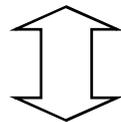


# Definiciones en la Ley 25.380...

- **ARTICULO 2°:**
- a) **Indicación geográfica:** aquella que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, **cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico** ([Ley N° 25.966](#))
- b) **Denominación de Origen:** El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y **cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.**

## DENOMINACION DE ORIGEN

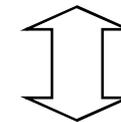
El producto debe ser:  
*producido y*  
*procesado y*  
*preparado*  
en el área geográfica



Calidad o características se derivan **esencialmente** del origen geográfico

## INDICACION GEOGRAFICA

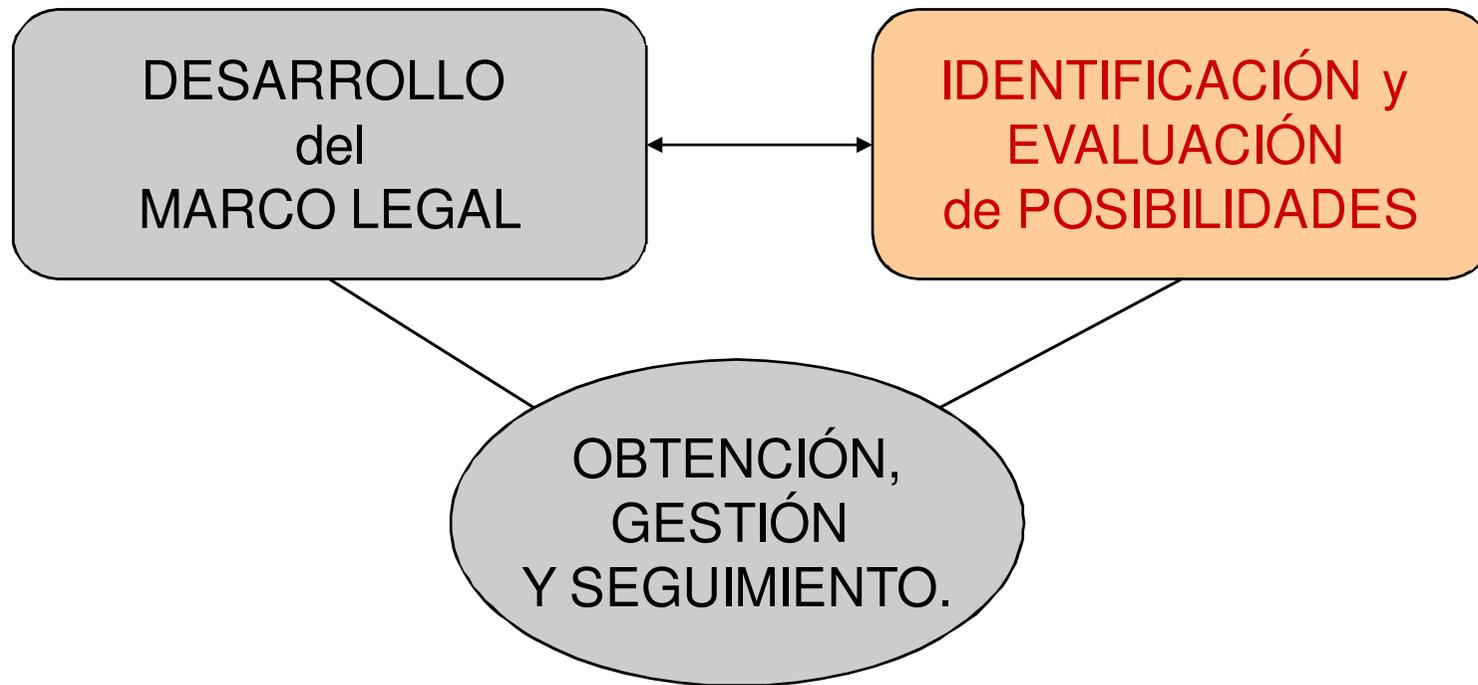
El producto debe ser:  
*producido o*  
*procesado o*  
*preparado*  
en el área geográfica



Calidad, reputación, Características o tipicidad **atribuibles** al área geográfica

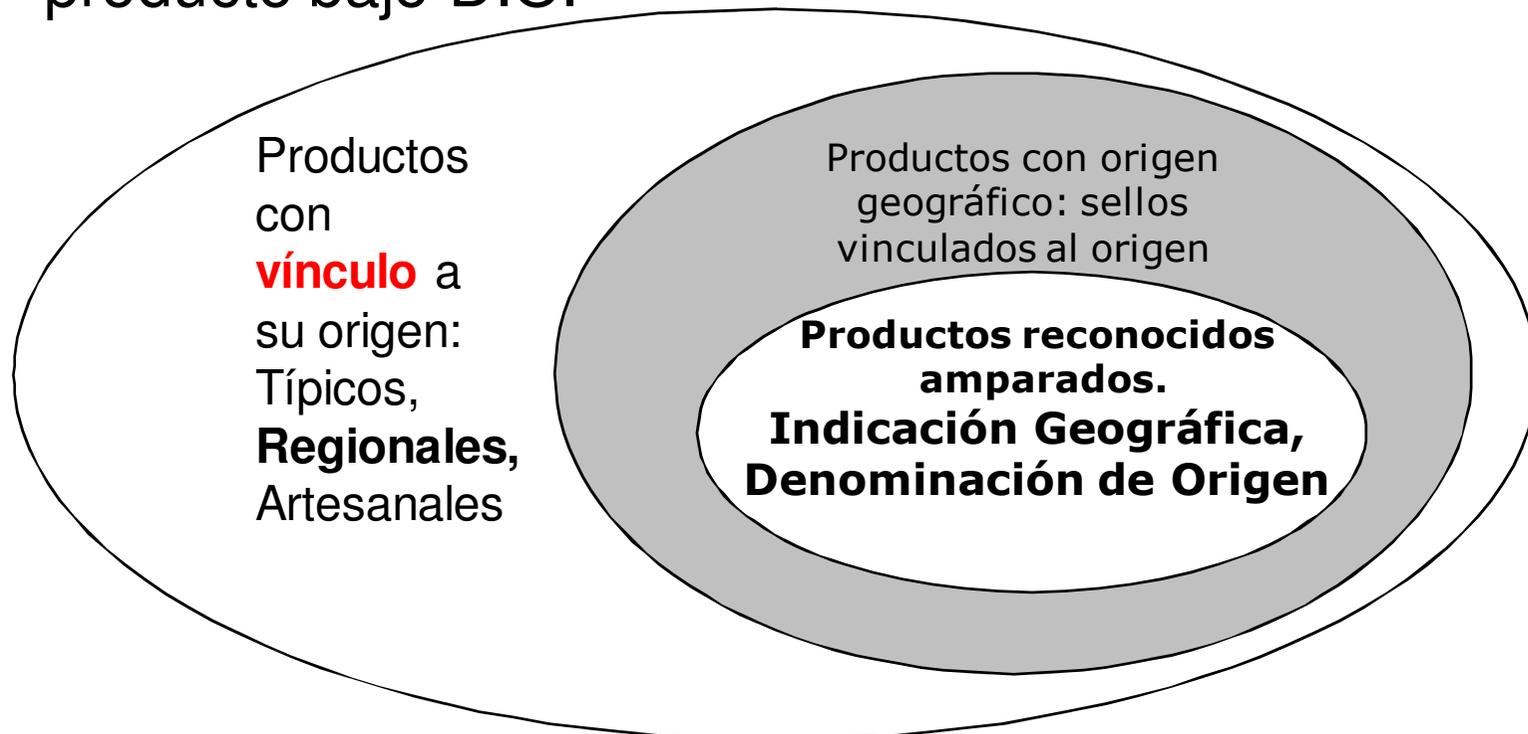


# Sistema en construcción: Elementos



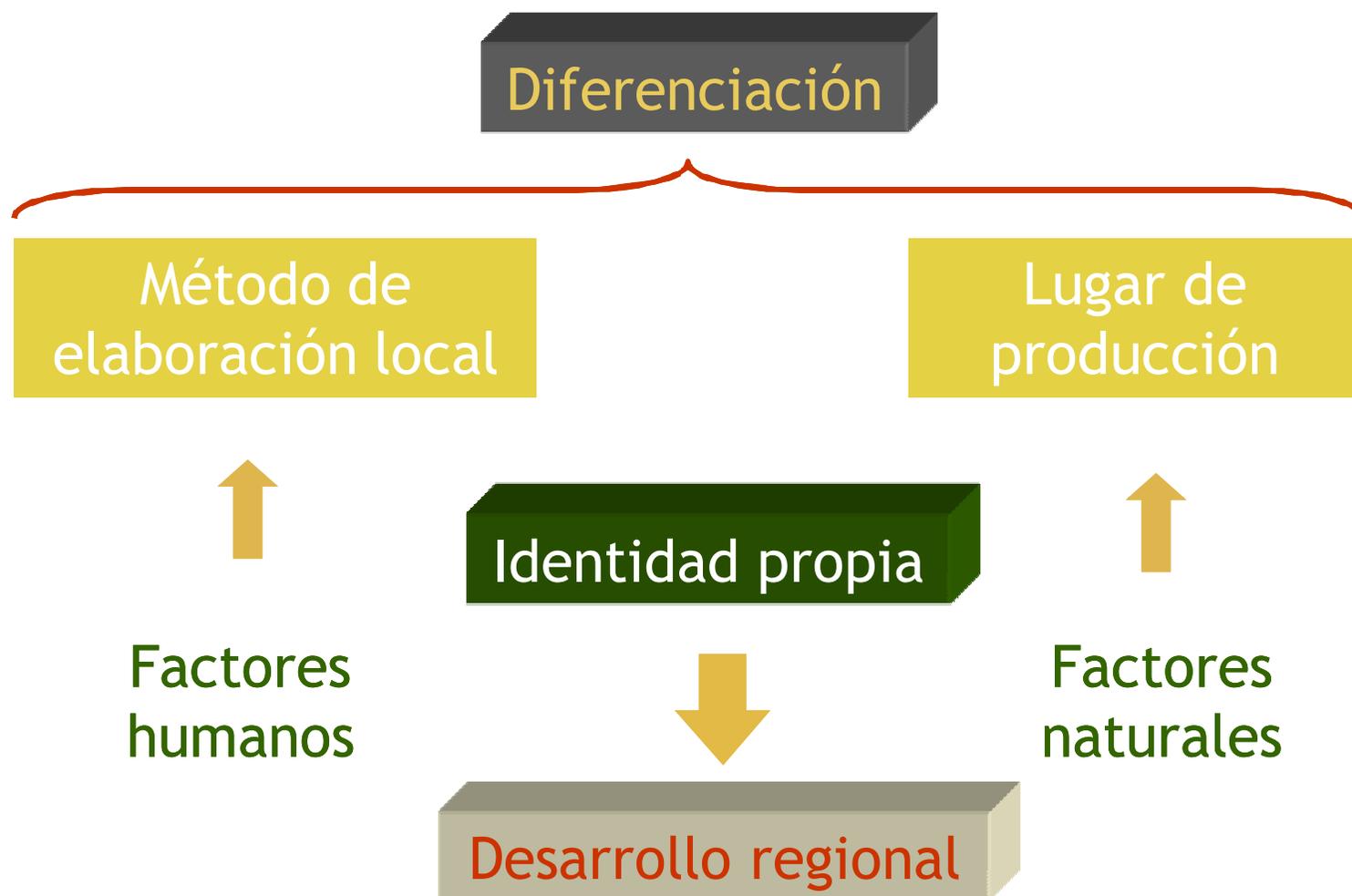
# Universo De Productos.

- Del producto típico al producto bajo D.O.



Hay listado de productos desde 2005!

Sobre la calidad genérica (inocuidad – CAA)  
atributo diferencial:  
ORIGEN + CALIDAD DERIVADA DEL MISMO



# Calificación: del producto. Protocolo o Código de Prácticas.



- **ORIGEN** → ■ Vinculo producto – territorio.
- **IDENTIFICACIÓN DE CARACTERÍSTICAS y a qué SE DEBEN** → ■ Relación entre atributo especial y: RRNN, clima, localización, método de elaboración.
- **TRADICION** → ■ Demostración histórica del origen y evolución.
- **REPUTACION** → ■ Reconocimiento. Historia, imagen, sensación.
- **DELIMITACION DEL TERRITORIO** → ■ Área de producción. Mat. Primas, transformación, correspondencia con limites administrativos o accidentes geográficos entre otros.



# Viabilidad del Proceso territorial:

- Localización espacial de los actores.
- Organización.
- Interés, Motivación.



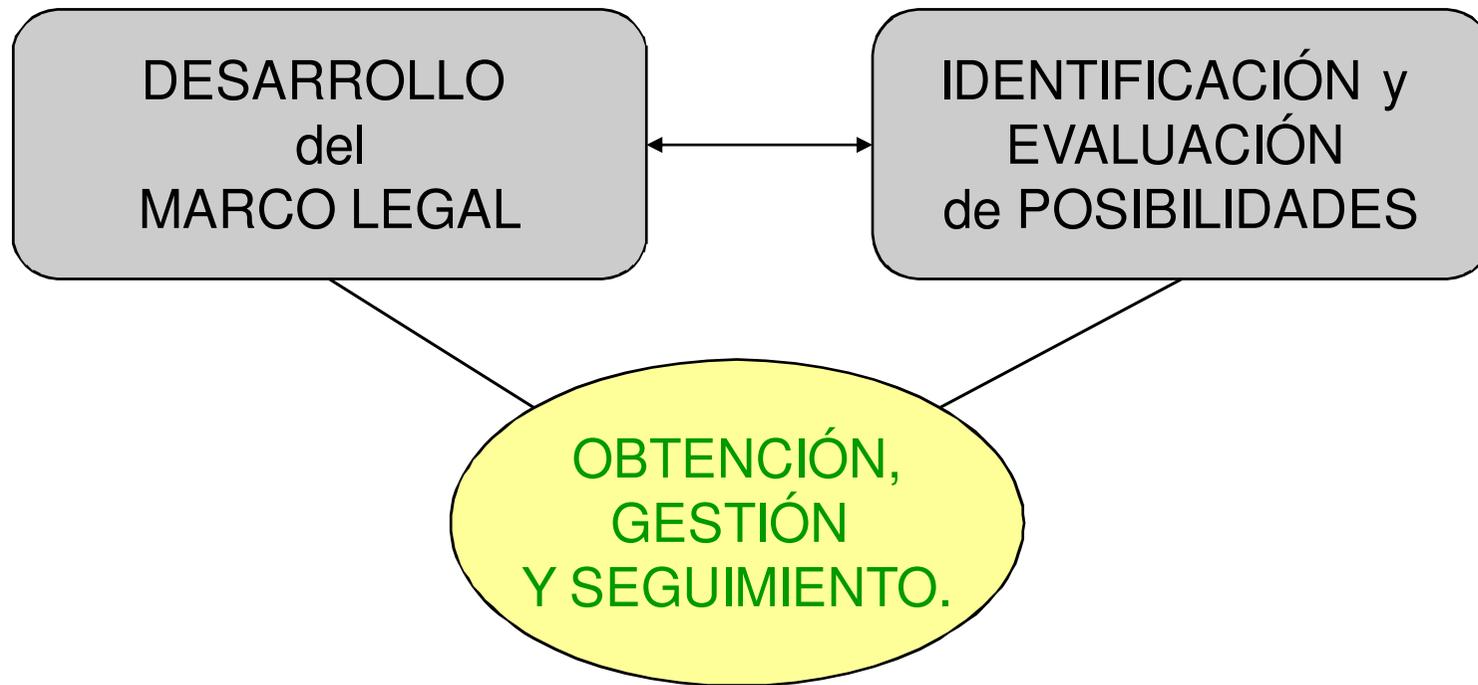
## PROCESO VOLUNTARIO DEL SECTOR PRIVADO

Con apoyo y facilitamiento de instancias gubernamentales.





# Sistema en construcción: Elementos



# Reconocimiento, registro, gestión:

---

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA y PESCA.

Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Dirección Nacional de Transformación y Comercialización de Productos  
Agrícolas y Forestales.

Registro Nacional de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de  
Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios (Ley 25.380)

Comisión Nacional Asesora.

[www.alimentosargentinos.gob.ar](http://www.alimentosargentinos.gob.ar)

[dorigen@minagri.gob.ar](mailto:dorigen@minagri.gob.ar)

Coordinación con INPI!

# Quienes pueden solicitar el registro:

**Grupos de Productores  
+ otros integrantes de la cadena  
en una misma zona geográfica y sobre un producto que,**

- **Se cultiva, produce o fabrica con métodos y practicas particulares o tradicionales**
- **En un área geográfica con características (factores naturales y/o humanos)**
- **Que EXPRESA características que lo hacen diferente de productos de su clase, producidos en otros lugares.**

CONSEJO DE PROMOCIÓN,  
CONSEJO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

**PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD +  
DOCUMENTACIÓN EXIGIDA RESPECTO DE LA  
ZONA GEOGRÁFICA Y PRODUCTO.  
+ AVAL PROVINCIAL**

**DOSSIER  
Arts 17 y 18 Ley**

**EXAMEN FORMAL y PUBLICACIÓN en BO y  
DIARIO LOCAL**

**VISTA AL INPI x EVENTUAL MARCA  
PREEXISTENTE - TRÁMITE DE OPOSICIONES**

**CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS: Informes  
INSPECCIÓN - DICTAMEN TÉCNICO y LEGAL  
OPINIÓN COMISIÓN ASESORA**

**RESOLUCIÓN SAGyP OTORGANDO IG /DO.  
REGISTRO DE LOGOS IDENTIFICATORIOS.  
FIJACIÓN FECHA DECLARACIÓN ANUAL  
AUTORIZACIÓN DE USO DEL LOGO**

**PUBLICACIÓN EN BO y DIARIO LOCAL  
COMUNICACIÓN AL INPI**

# Protección Legal:

Los titulares tendrán los sigs. derechos:(art. 26):

- **Derecho de uso** de la denominación de origen para los productos amparados y del nombre que la identifica;
- **Derecho de uso exclusivo al uso los emblemas, distintivos, siglas, logotipos, marbetes, etc. Autorizadas!**
- La **garantía del origen y la calidad**, es decir, que el producto en cuestión realmente proviene de la zona indicada y que ha sido cultivado, procesado y/o fabricado conforme los protocolos registrados por la autoridad de aplicación.
- Por ello, tienen un sistema de defensa público, que funciona tanto a instancia de parte como de oficio.
- sanciones administrativas: para los imitadores fraudulentos (aquellos que usan las IG y/o DO para productos que no son los verdaderos (art. 43).
- y para aquellos que, integrando el sistema, no respetan las condiciones del origen de la materia prima o los protocolos de calidad aprobados (art. 42).

# Expedientes Presentados

---

- Aceite de Oliva Extra de Maipú, Mendoza y Aceite de Oliva Extra de Mendoza
- Chivito Criollo del Norte Neuquino
- Cordero Patagónico
- Lana Camarones
- Maní de Córdoba
- Miel de la Cuña Boscosa Santafesina
- Salame de Tandil
- Turrón de Alicante
- Turrón de Jijona

## En Consulta / Proceso

- ✓ Chocolates de Bariloche
- ✓ Frutillas de Coronda.
- ✓ Lima de Iguazú.
- ✓ Pasas de Uva de San Juan.
- ✓ Aceite de Oliva de San Juan.
- ✓ Queso de Tafí del Valle.
- ✓ Alcaucil Bonaerense.
- ✓ Tomate Platense.



# Amenazas:

## **Para las IG / DO nacionales:**

- Nombres geográficos registrados como marcas, vigentes!!

### Casos:

- Carne Argentina.
- Colonia Caroya.
- Patagonia.

## **Para las IG/DO ... extranjeras:**

- Nombres que han devenido genéricos!!

### Casos:

- Turrón de alicante, de jijona;
- Quesos: camembert, roquefort, gruyere, emmenthal, parmesano...

Falta de capacidad institucional en SAGYP y PROVINCIAS.

# Nombres Genéricos:

- Culturas Híbridas: un modo de producir ... autóctono, a partir de materias primas locales y el saber hacer de 6 M de inmigrantes.
- Utilización de nombres geográficos europeos para identificar tipos de alimentos (de quesos, de vinos, chacinados, confituras, otros) desde hace más de un siglo.
- Uso público, notorio, normatizado .... En forma MUY previa al ADPIC.
- **No han causado error o engaño al consumidor sobre la verdadera procedencia geográfica,**
- Argentina ha sido un mercado cerrado a la importación.
- **La referencia geográfica se diluyó a lo largo de décadas.**

- Finalmente **los productos, aunque se llamen de forma similar a los actuales productos europeos bajo IGP-DOP...**

**NO SON IGUALES.**

**El consumidor no verifica coincidencia**



- Uso legítimo de la excepción que permite el TRIPS respecto de la obligación de dar protección, en caso de verificarse que los nombres son **genéricos!**

# Tan reconocido como...

- **REGISTRABILIDAD DE la MARCA:  
MONT - REIMS para vinos champagne**
- En el caso “ **Pommery y Greno y otros c/ Gutiérrez y de la Fuente Ltda.**, decidido por la Corte Suprema de Justicia de la Nación con fecha **19-IX-1957** se dijo que :
- *“Designar determinados productos con nombres extranjeros es corriente entre los industriales argentinos, no debiéndose ver en ello una tentativa de inducir a engaño al público consumidor sino una manifestación de prácticas comerciales lícitas (confr. Fallos: 248:385).”*

# Casos:

NOMBRE	CAA	IG.DO Union Europea
<b>CALVADOS, APPLE BRANDY o Aguardiente de manzana.</b>	1113	Francia, varios. Arreglo de Lisboa. 2. 415 Calvados
<b>Melaza o Cachaza</b>	1115	
<b>ARRAK:</b>	1116	
<b>CORN (KORN):</b>		
<b>COÑAC o COGNAC*</b>	1116 CAA y art 17 Ley Vinos	343 Arreglo de Lisboa
<b>Ginebra</b>		
<b>Grappa</b>	1116 Art. 17 Ley Vinos	
<b>Tequila</b>		669 Arreglo de Lisboa
<b>Mistela</b>	1096	
<b>CHAMPAÑÁ O CHAMPAN Sec, Demisec, Brut, Nature</b>	1101 Art. 17 4.d) Ley Vinos	231 Arreglo de Lisboa
<b>Moscato</b>		Varios Arreglo de Lisboa 590, 592
<b>Oporto</b>	CAA 9	Arreglo de Lisboa 682
<b>Málaga</b>	CAA 9	
<b>Marsala</b>	CAA 9	
<b>Madeira</b>		Arreglo de Lisboa 683
<b>Pisco o aguardiente de vino</b>	Art. 17 inc. i Ley Vinos	Peru / Chile. Arreglo de Lisboa (Perú)

<b>RICOTA Dec 111 (12-11-76)</b>	CA 614	DOP Ricotta di Bufala Campana DOP Ricotta Romana
<b>Neufchatel Dec 111 (12-11-76)</b>	616	DOP Neufchâtel.
<b>Mozzarella</b>	617	DOP Mozzarella di Bufala Campana Etg MOZZARELLA
<b>Cuartirolo</b>	621	DOP Quartirolo Lombardo
<b>Brie</b>	623	DOP Brie de Melun DOP Brie deMeaux (FR)
<b>Cammembert</b>	623	DOP Camembert de Normandie (FR) Arreglo de Lisboa 787
<b>Azul</b>	627	IG P Exmoor Blue IGP Dorset Blue DOP Buxton Blue DOP Blue Stilton Cheese
<b>Roquefort Res 292 (14-4-99)</b>	627 No se utiliza	DOP Roquefort 25-9-2008
<b>Gorgonzola</b>	=	DOP GORGONZOLA
<b>Gruyere</b>	628	DOP GRUYERE SUIZA y FRANCIA
<b>Emmental</b>	=	Emmenthal de Savoie FR . Ver SUIZA
<b>Fontina</b>	629	DOP FONTINA 503 Arreglo de Lisboa
<b>Cheddar</b>	632	DOP West Country farmhouse Cheddar cheese
<b>Cacciocavallo</b>	634	DOP Caciocavallo Silano
<b>Parmesano, Reggiano, Reggianito y Sbrinz</b>	635 (Res 300, 14.04.99)	DOP Parmigiano Reggiano 6-9-2003 513 - Arreglo de Lisboa
<b>Sardo</b>	635	DOP Fiore Sardo DOP Pecorino Sardo
<b>Provolone Dec 111 (12-11-76)</b>	636	DOP Provolone del Monaco .11-2-2010

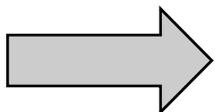
## Otros Casos:

---

- Turrón de alicante,
- Jijona
- Ciruelas Secas D'Agen
- Ensaimadas
- Aceto Balsámico de Modena.
- Paprika.
- Sobreasada mallorquina (CAA 353).
- Pate de foie gras, Pate de foie de canard (CAA 416)
- Jamón “tipo” Parma!

## PEA2: Ejes estratégicos:

- C) Crear condiciones para garantizar el desarrollo económico, social y organizacional sustentable, priorizando la inclusión social, la equidad territorial, el desarrollo rural y de las economías regionales, la equidad, el arraigo, la soberanía y la seguridad alimentaria y nutricional.
- E) Generar riqueza económica con creciente valor agregado en origen de insumos, procesos, productos, servicios, mano de obra y capital nacional, promoviendo la integración del proceso agroalimentario y agroindustrial en toda su cadena de valor
- F) Desarrollar los procesos productivos valorizando, preservando, conservando, cuidando, recuperando el medio ambiente y gestionando de manera sustentable/sostenible los recursos naturales renovables y no renovables....



Las IG-DO son una herramienta hábil para consagrar estos Objetivos!

# Circulo virtuoso calidad-origen-desarrollo rural

El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen



# **ValorAR**

## **Procal II**

- **Proyecto AETA 282831 INTA**
- **Programas Secretaria de Agricultura Familiar y Desarrollo Rural.**
- **Programas de apoyo provinciales.**
- **Proyecto FAO.**

