



AMÉRICA LATINA



Seminario sobre la protección de las Indicaciones Geográficas (IGs)

Massimo Vittori | Ciudad de México | 02 de Diciembre 2019

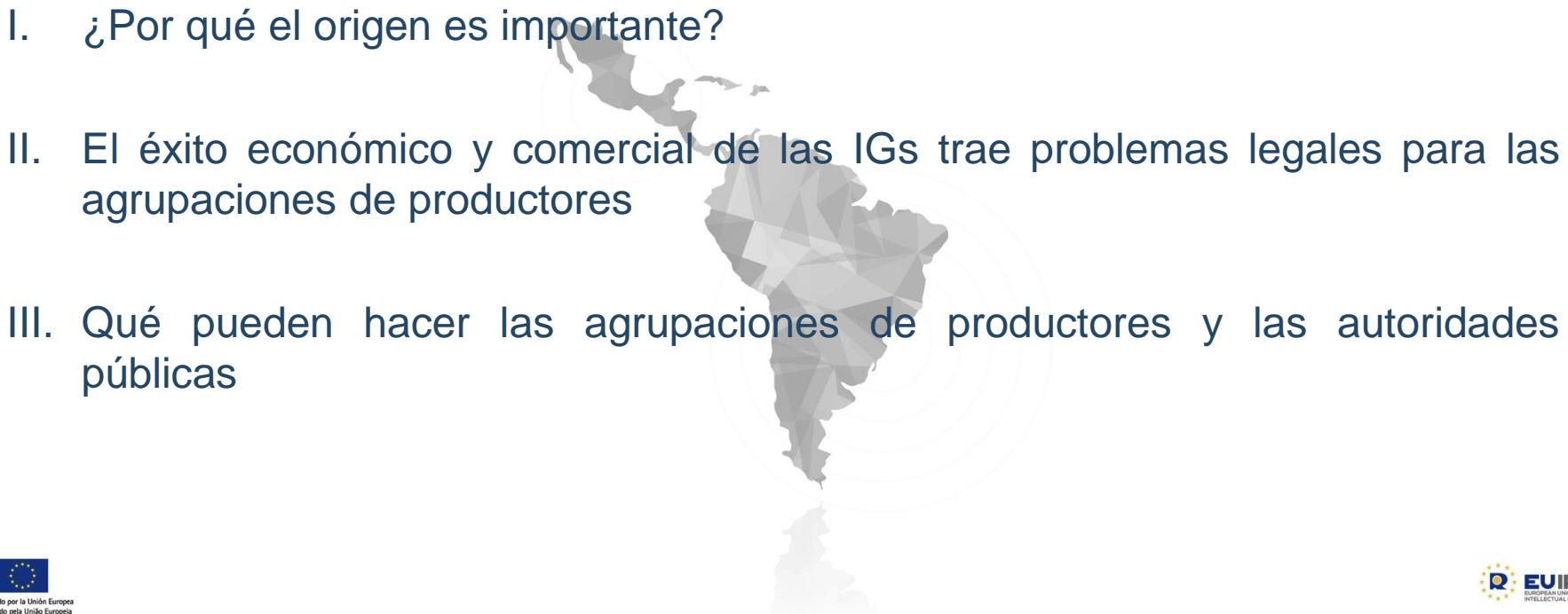
www.ipkey.eu



Tema 5: Retos que enfrentan las IG y soluciones implementadas

Massimo Vittori | Ciudad de México | 02 de Diciembre de 2019

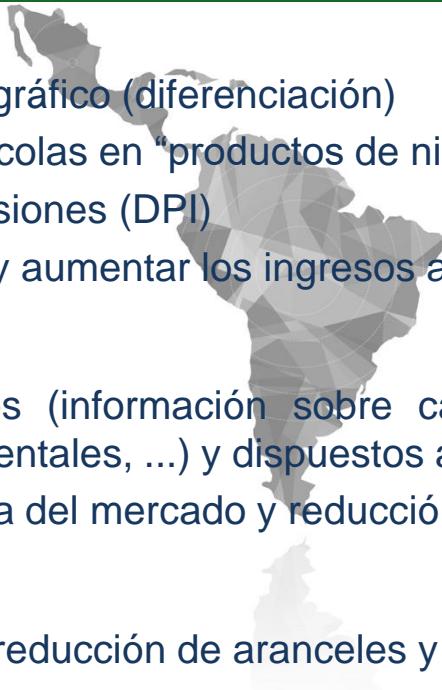
Resumen

- 
- I. ¿Por qué el origen es importante?
 - II. El éxito económico y comercial de las IGs trae problemas legales para las agrupaciones de productores
 - III. Qué pueden hacer las agrupaciones de productores y las autoridades públicas

¿Por qué el origen es importante?

Productores

- Comercializar el origen geográfico (diferenciación)
- Convertir los productos agrícolas en “productos de nicho”
- Proteger tradiciones e inversiones (DPI)
- “Capturar” el valor añadido y aumentar los ingresos a nivel local



Consumidores

- Más conscientes, exigentes (información sobre calidad, salud, métodos de producción, preocupaciones medioambientales, ...) y dispuestos a pagar un precio superior
- Aumento de la transparencia del mercado y reducción de los costos de transacción

Mercados

- Regulaciones comerciales: reducción de aranceles y aumento de barreras no arancelarias

Las IG en la época de la sustentabilidad



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



EUIPO

EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

Algunos ejemplos de valor del origen (UE)

- **Valor de venta a nivel mundial** de las DOP/IGP de la UE : 54,3 billones de EUR (2012)
- **Precio Premium:** productos con IG vendidos en la UE a un precio 2,23 veces superior a aquel de los productos sin IG de la misma categoría
- Impacto positivo en el **empleo** (especialmente en zonas pobres): 3 veces más empleos directos creados por quesos IG franceses por litro de leche procesada (2.8 empleos v. 1 empleo)

Algunos ejemplos de valor del origen (fuera de la UE)

- **Precio Premium:** “Jamaica Blue Mountain Coffee” vendido a 43.44 \$ por libra, contra 3.17 \$ por café no diferenciado (Teuber R, FAO)
- **Precio Premium:** “Kampot pepper” (Camboya): de 10 \$ a 28 \$ por kg entre 2009 y 2017 (KPPA, UNDP)
- **Creación de empleo:** medio millón de productores de café en Colombia / empleos directos (FNC)
- **Efectos indirectos (turismo):** “Ruta del Tequila”, Patrimonio de la humanidad de la UNESCO



Tequila

En México:

- ❖ 433,3 millones de agaves
- ❖ 140 000 hectáreas plantadas
- ❖ 956 000 toneladas de agave consumidas
- ❖ 152 destilerías
- ❖ 6 544 productores de agave
- ❖ 70 000 familias dependen directa e indirectamente
- ❖ 1415 marcas certificadas a nivel nacional
- ❖ 309,1 millones de litros producidos
- ❖ 11 500 millones de pesos en el mercado interno



En el mundo:

- ❖ Exportación total 222 739 655 millones de litros
- ❖ A más de 120 países
- ❖ 81.44 % a EE.UU
- ❖ 300 marcas extranjeras
- ❖ 132 plantas de embotellado autorizadas



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



El éxito económico y comercial de las IGs trae problemas legales

- Falsificación
- Imitaciones, evocaciones, ...
- Intentos de explotar la reputación de las IGs
- IGs utilizadas como ingredientes en productos preparados
- Registros de marcas
- Desafíos de Internet (comercio electrónico y nombres de dominio)



**Resultados: Las agrupaciones de IGs deben dedicar tiempo y recursos financieros
(problema para pequeñas agrupaciones)**

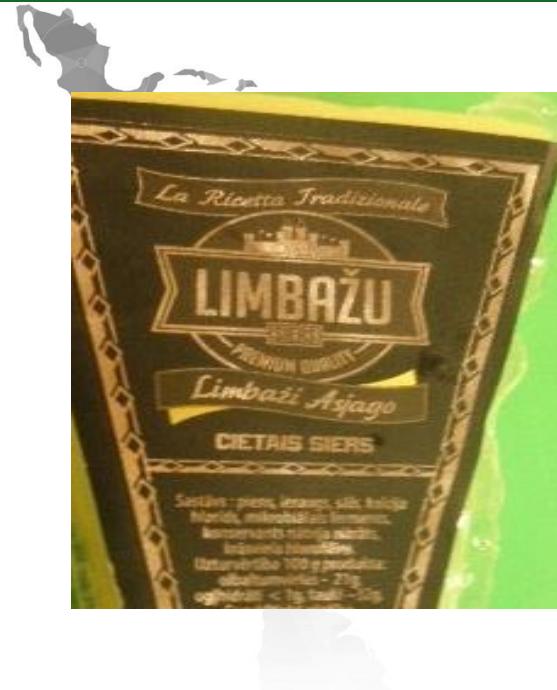


Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

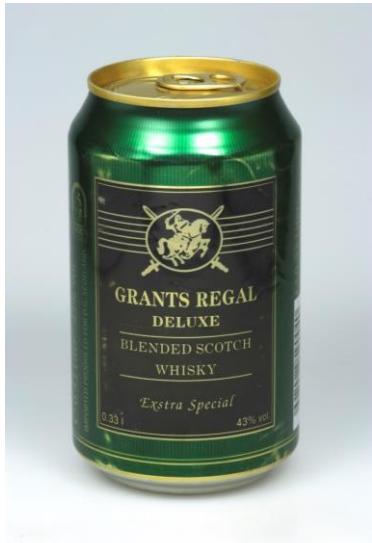
Ejemplos: falsificaciones y imitaciones



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



Ejemplos: falsificaciones y imitaciones



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia

Ejemplos: explotación de la reputación y IGs utilizadas como ingredientes



Tailandia



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



Francia



Ejemplos: marcas en conflicto con las IGs



MUE 14915235 (clase 33) "Bord'Oh"

Ejemplos: comercio electrónico (Alibaba y eBay)

Bienvenue sur Alibaba.com. Joignez-vous gratuitement maintenant! | Inscrivez-vous

Vin cave Champagne de type espagnol

Produits Fournisseurs

champagne type espagnol Recherche de produit

Nourriture & Boissons Vin Équipement de production de boisson Vin à fruit

Accueil > Produits > Nourriture & Boissons > Boissons alcoolisées > Vin (20685)

Vin cave Champagne de type espagnol par SEA LAND TRADERS INTERNATIONAL SL

Prix de Fob: EUR24.26 Obtenir le Dernier Prix

Port: Spanish

Contacter immédiatement Envoyer un Message à ce Fournisseur

Favorite Copy URL Facebook Twitter

Google Delicious Reddit

Voir une plus grande image

Détails sur le produit

Détails rapides

Type de produit: vin Type: Scintillement

Gout: Sec Point d'origine: L'Espagne

Nom de marque: La Palau Emballage: Bouteille

Type: Vin blanc

Spécifications

La meilleure qualité au meilleur prix

Blanc de PRODUIT, Rose, vin cave sec et Brut de Semy (Champagne espagnole) alc de 11.5% vol.

La fermentation de PROCÉDÉ de FABRICATION de VIN a lieu dans la bouteille

ORIGINE Espagne

NOTES D'ÉCHANTILLON miroitant et régénérant

Idéal de GASTRONOMIE pour accompagner des plats, des ragoûts, des tapas, des pâtes, des pâtisseries, le pâté, le riz, des poissons et des fruits de mer de viande rouge

Le meilleur de RECOMMANDATIONS de PORTION a servi effrayant

Boîte de Bouteille-carton du PAQUET 6. Bouteille traditionnelle légère de Champagne de 0.75l

Funded by the European Union Financiado pela União Europeia



Examples of irregular listings removed by ICQRF in 2018

Generic wine sold as "Prosecco" on eBay

VINO SPUMANTE EXTRA DRY [REDACTED] prosecco

Scribi una recensione per primo.

Condizione: Nuovo

Quantità: 1 Più di 10 disponibili 11 venduti

EUR 21,50 (EUR 3,58 / Unità)

Compralo Subito

[REDACTED] - 6 Flaschen - Prosecco &

★ ★ ★ ★ ★ Schreiben Sie die erste Rezension.

Artikelzustand: Neu

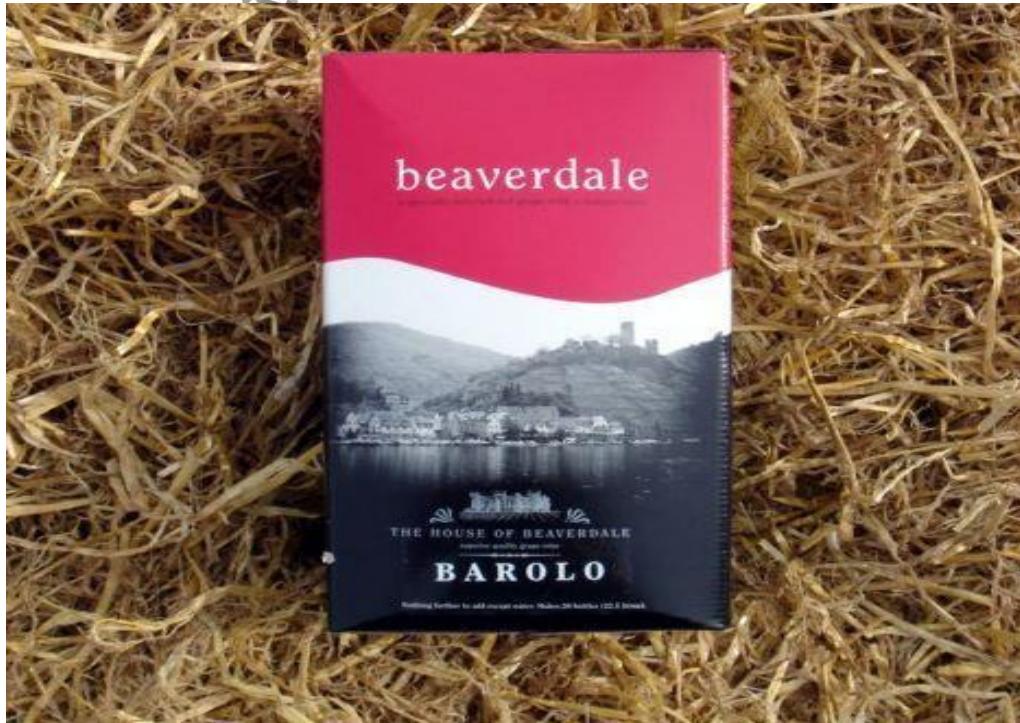
Stückzahl: 1 5 verfügbar

EUR 100,95 (EUR 22,43 / L) (inkl. MwSt.)

Sofort-Kaufen

EUIPO EUROPEAN UNION INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

Ejemplos: comercio electrónico (Winekit Barolo)



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



Ejemplos: nombres de dominio Internet



NetNames^{NN}

RAPPORT DE SURVEILLANCE : CHAMPAGNE

Paris, le 25/03/2014

Client : COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DU VIN DE CHAMPAGNE, Marie-Christine VIRION

PARAMÈTRES DE SURVEILLANCE

Marque / Dénomination surveillée :	< CHAMPAGNE >
Fréquence de surveillance :	< ALERTE >
Profondeur de surveillance :	< IDENTIQUE + CONTENANT >
Périmètre de surveillance :	< COM / NET / ORG / BIZ / INFO / EDU / FR >
Inclusion du Domain Tasting :	< OUI >
Date de fin de surveillance :	< 02/04/2013 >

SYNTHESE DE SURVEILLANCE

Nombre d'enregistrements nouveaux :	< 15 >
Nombre de noms expirés en cours de retombée dans le domaine public :	< 3 >
Nombre de noms ayant fait l'objet de Domain Tasting :	< 0 >

DÉTAIL DE LA SURVEILLANCE

> Enregistrements nouveaux (1-5) :

1	ACHAT-VINSETCHAMPAGNES.COM	Whois	Web
2	BERKSHIRECHAMPAGNE.COM	Whois	Web
3	CHAMPAGNE-GIRAUD-USA.COM	Whois	Web
4	CHAMPAGNESHAMPO.COM	Whois	Web
5	FRENCHWINETOURS-CHAMPAGNE.COM	Whois	Web
6	MILKNCHEMAGNE.COM	Whois	Web
7	PRESTATION-VITICOLE-CHAMPAGNE.COM	Whois	Web
8	WHISKYANDCHAMPAGNE.COM	Whois	Web
9	BERKSHIRECHAMPAGNE.NET	Whois	Web
10	BERKSHIRECHAMPAGNE.ORG	Whois	Web
11	REGENTCHAMPAGNECLUB.ORG	Whois	Web
12	BERKSHIRECHAMPAGNE.INFO	Whois	Web
13	PRODUCTEUR-CHAMPAGNE.FR	Whois	Web
14	PRODUCTEURS-CHAMPAGNE.FR	Whois	Web
15	PRODUCTEURS-DE-CHAMPAGNE.FR	Whois	Web

> Noms expirés en cours de retombée dans le domaine public :

1	RIRESETCHAMPAGNE.COM	Whois
2	MARKLYNCHAMPAGNE.NET	Whois
3	RIRESETCHAMPAGNE.INFO	Whois

CAS DE DOMAIN TASTING RELEVÉS (Création et suppression du nom entre J-1 et J-6)

Aucun résultat depuis le dernier rapport.



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia

gTLDs: UDRP no incluye a las IGs como título valido para luchar contra el “cybersquatting” (regla 3)

(b) El reclamo, incluido cualquier anexo, deberá presentarse en formato electrónico y deberá :

...

...

(viii) Especificar las marcas comerciales o las marcas de servicio en las que se basa el reclamo y, para cada marca, describir los productos o servicios, si los hubiere, con los que se usa la marca

¿Qué pueden hacer las agrupaciones y las autoridades públicas?

- Agrupaciones de IGs: enfoque proactivo, monitoreo, trabajar con despachos de abogados
- Autoridades públicas: controles administrativos, cooperación, acuerdos bilaterales y plurilaterales (Acta de Ginebra), colaboración con plataformas en línea
- Agrupaciones y autoridades públicas: apoyar la inclusión de las IGs en la UDRP (en ICANN, OMPI - para gTLDs, y nivel nacional - para ccTLDs)



Muchas gracias!



@oriGInNetwork