

# Webinar IPKey América Latina:

*La valorización de los productos agroalimentarios regionales o típicos a partir del empleo de las IGs en Chile y la UE*

## - Aspectos organizativos y prácticos -

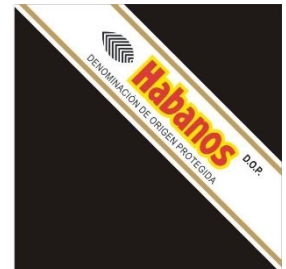
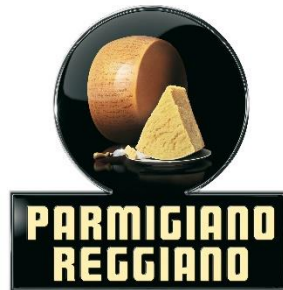


# Resumen

---

- I. Presentación de oriGIn
- II. Las IGs “en el espíritu del tiempo”
- III. Éxito de las IGs y condiciones
- IV. Algunas conclusiones

# I. oriGIn : La alianza mundial de las IGs



# Objetivos de oriGIn

---

- A. Abogar por una protección solida de las IGs a nivel nacional, regional e internacional
- B. Facilitar una plataforma de intercambio de mejores practicas entre agrupaciones de IGs y otros actores relevantes



0 of 8550 20 per page Page 1 of 428

Background information For EU GIs spirits, see also spiritsEurope interactive map Last modification : 2021-01-19 15:12:55

Geographical Indication	Type of Product	Country of Origin	Legal Protection	National/Regional Law	Third countries of protection	Product Information
100% Hawaii Coffee	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
100% Kauai Coffee	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
100% Kona Coffee <b>origin</b>	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
100% Maui Coffee	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
100% Molokai Coffee	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
100% Oahu Coffee	Food Products / Coffee	US United States	Trademark			@
25 de mayo	Wines	AR Argentina	Sui Generis			@
3 Riberas	Wines	ES Spain (EU)	Sui Generis			@
9 de julio	Wines	AR Argentina	Sui Generis			@



## II. Las IGs en el espíritu del tiempo

---

- Elemento clave: producción vinculada a un territorio
- Más de 12,000 IGs reconocidas alrededor del mundo (cerca de 1,000 en Américas)
- Sectores: Productos agrícolas, vinos, bebidas espirituosas, productos no agrícolas (piedras, artesanía, ...)

# Perspectivas

---

- **Productores:** creación de empleo, protección de inversiones y tradición, posicionamiento en el mercado
- **Consumidores:** mas exigentes en informaciones (calidad, autenticidad, salud, impacto medioambiental, trabajo, ...)
- **Mercados:** mundialización y reducción de aranceles comerciales

# Sostenibilidad



# Sostenibilidad

---



- A. Obligación “moral” de responder a los desafíos de la sostenibilidad
- B. COVID 19: Urgencia y aceleración del proceso
- C. Evolución de las normas nacionales y internacionales
- D. Consideraciones comerciales (“millennials”, generación Z)

# Consideraciones comerciales

n

## TOP SUSTAINABILITY PURCHASING DRIVERS

Global Respondents vs. Those Willing To Pay More\*



\*Note: Key sustainability purchasing drivers were categorized as either "very heavy influence" or "heavy influence" by the indicated percentage of respondents

Source: Nielsen Global Survey of Corporate Social Responsibility, Q1 2015

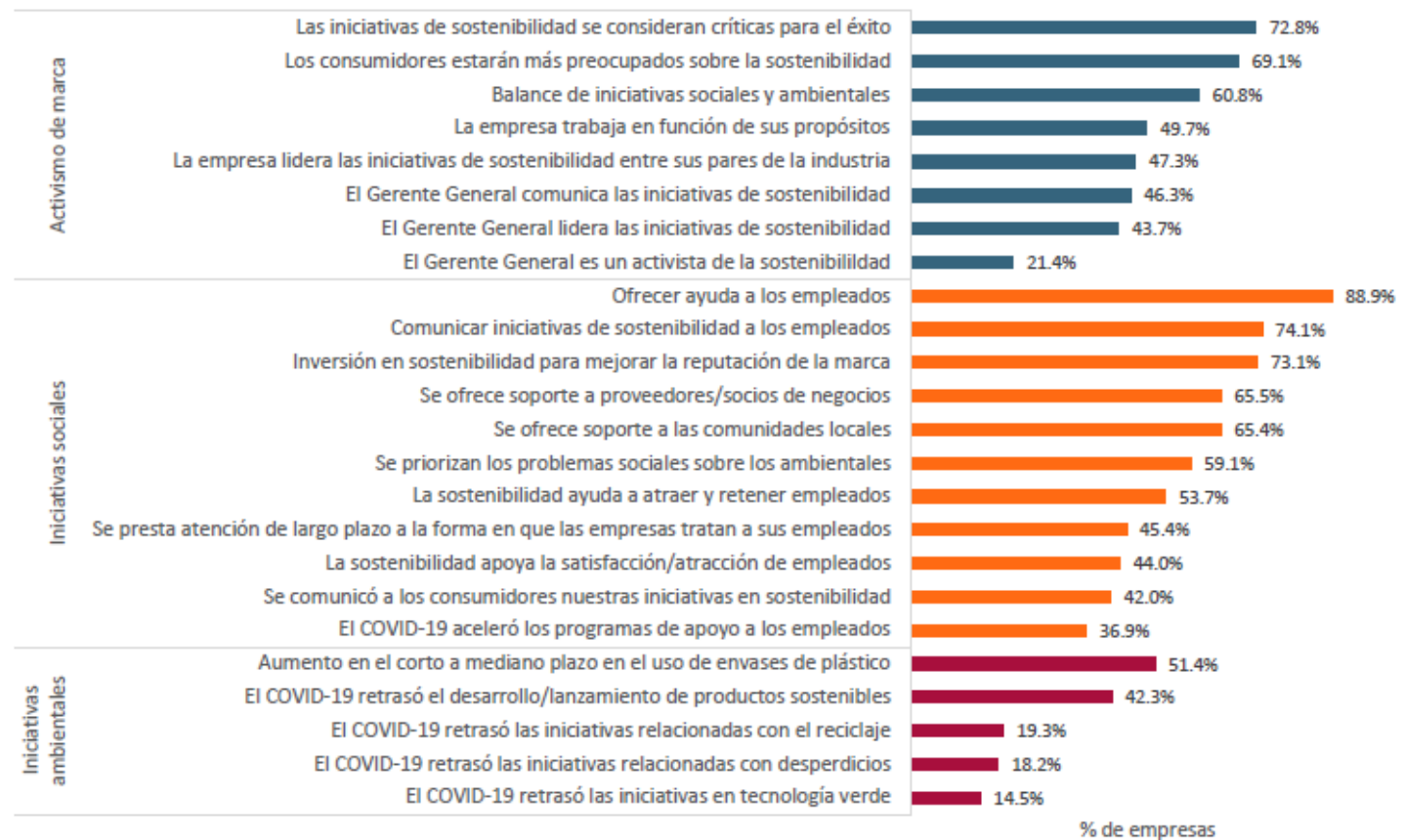
# oriGIn Change is coming

- We want to make this a better world, on our own good and that of humanity.
- We want new ways of doing that life is convenient and safe, both inside and outside.
- When we can, we are balancing our time creatively.
- Between anxiety and confusion, we seek holistic and resilient solutions, more careful consumption and in some cases a way to fight back.
- Resilience and adaptability are the forces that will drive the main global consumer trends of 2021.

Source: Euromonitor 2021- 10 Main trends of global consumption

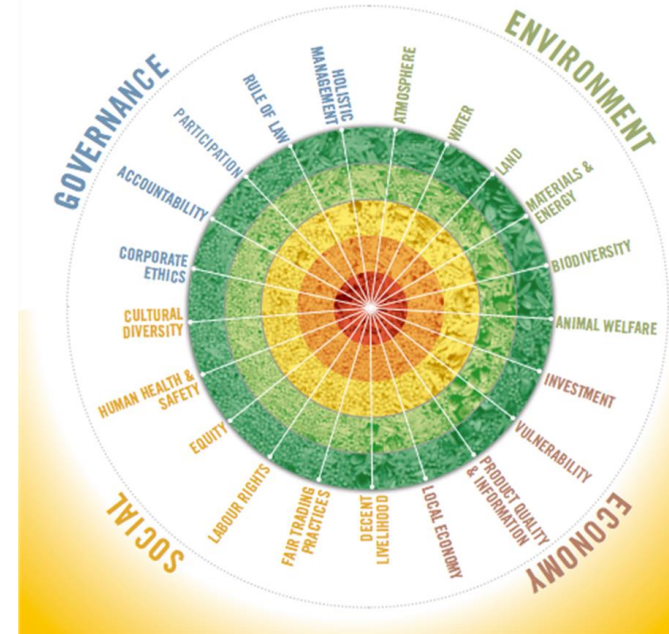


## Respuesta al COVID-19 en función de los objetivos corporativos



# IGs y sustentabilidad

- 1) Desarrollo local (“no delocalization”)
- 2) Protección de tradiciones, razas locales, biodiversidad, ...
- 3) Gobernanza de cadenas de valor
- 4) Repartición de valor añadido
- 5) Posibilidad de trabajar en el marco de un pliego de condiciones
- 6) Controles



---

## III. Éxitos de las IGs y condiciones

# Efectos de IGs exitosas

---

- Incremento del valor de ventas de productos
- Orgullo y oportunidades laborales en zonas desfavorecidas
- Reducción del éxodo rural
- Conservación de una tradición
- Efectos indirectos en otros sectores (gastronomía, turismo, ....)



# Factores clave de éxito

---

- A. Calidad vinculada a un entorno geográfico
- B. Sistema de protección y observancia
- C. Enfoque colectivo
- D. Sistema de controles

# "Circularidad" de los factores de éxito

---



## B. Sistema de protección y observancia

---

- IGs, DPI independiente
- Protección solida (art. 23 TRIPS)
- Marcas en conflicto con IGs (denegación ex oficio)
- Observancia administrativa
- Apoyo a las agrupaciones: obtención de protección en mercados terceros (tratados bilaterales y multilaterales)

# C. Enfoque colectivo:

## Rol fundamental de las agrupaciones

---



# La legislación europea (Reg. 1151/2012)

---

Art. 45 Papel de las agrupaciones 1. ... las agrupaciones estarán facultadas para:

a) **contribuir a velar por que la calidad, la reputación y la autenticidad de sus productos estén garantizadas en el mercado**, supervisando el uso que se haga en el comercio de los nombres registrados y, en caso necesario, informando a las autoridades competentes a las que se refiere el artículo 36 o a cualquier otra autoridad competente en virtud del artículo 13, apartado 3;

# Enfoque colectivo, la legislación europea (Reg. 1151/2012)

---

- b) adoptar medidas que garanticen una protección jurídica adecuada de la DOP o IGP...;
- c) realizar actividades de **información y promoción**...;
- d) desempeñar actividades cuyo objetivo sea garantizar el **cumplimiento por los productos de lo dispuesto en su pliego de condiciones**;
- e) adoptar medidas que permitan mejorar el funcionamiento de los regímenes, como **el desarrollo de conocimientos económicos especializados**, ...

## D. Sistema de controles

---



# Opciones

---

- Internos / exteriores
- Publico / privados (entidades acceditas)

*Importancia de establecer  
un sistema de controles:  
**credibilidad***

# IV. Algunas conclusiones:

## Las IGs como instrumento estratégico de desarrollo

---

- i. Oportunidades comerciales y de desarrollo territorial en un mundo en rápida transformación
- ii. Importancia de políticas públicas: durabilidad, protección, promoción, controles

# Muchas gracias!

Web: <https://www.origin-gi.com/>

Email: [massimo@origin-gi.com](mailto:massimo@origin-gi.com)

Twitter: @oriGInNetwork