



UNIDADE DE ASSESSORIA INSTITUCIONAL

REFERÊNCIAS EM POLÍTICAS E AÇÕES DE FOMENTO
PARA PRODUTORES DE ALIMENTOS ARTESANAIS

OUTUBRO | 2019

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

José Roberto Tadros

Diretor-Presidente

Carlos Melles

Diretor-Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Assessoria Institucional

Gerente

Vinicius Lages

Gerente-Adjunta

Débora Targino

Analista Técnico

Patrícia Pinheiro Binda

Pollyana Dietz Ferreira

Diagramação

Arthur Braga

Estagiário

João Lucas Melonio

Outubro de 2019

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Assessoria Institucional

SGAS 605 – Conjunto A – CEP 70200-904 – Brasília/DF



Telefone: (61) 3348-7413 www.sebrae.com.br


Sumário

UNIÃO EUROPEIA	3
PORTUGAL	9
COMUNIDADE AUTÔNOMA DA GALÍCIA (ESPANHA)	12
FRANÇA	15
ITÁLIA	18
WYOMING (EUA)	21

UNIÃO EUROPEIA

Marco Regulatório/Nome da Política	
Regulamento (UE) n.º 1151/2012, com base nos Regulamentos (CEE) 2081/92 e 2082/92, alterados pelos Regulamentos (CE) 510/2006 e 509/2006, respectivamente.	
Resumo	<p>Em 1992, foram adotadas as primeiras indicações da legislação europeia e denominação de origem protegida para produtos agrícolas e gêneros alimentícios (excluindo destilados e produtos vitivinícolas), inspiradas nos sistemas nacionais existentes, por exemplo, o COA francês e o italiano Sistemas DOC.</p> <p>O principal marco legal dos selos em questão está no Regulamento nº 1151/2012, de 21 de novembro de 2012, que revoga e substitui o Regulamento nº 509/2006 e 510/2006 que regulamentavam a proteção das DOP (denominações protegidas de origem), IGP (indicações geográficas protegidas) e ETG (especialidades tradicionais garantidas).</p>
Principais objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Criar um único instrumento jurídico para a proteção e promoção do nível de qualidade dos produtos agrícolas.• Objetivos gerais:<ul style="list-style-type: none">○ concorrência leal para os agricultores e produtores;○ disponibilidade para os consumidores informação sobre os produtos;○ respeito pelos direitos de propriedade intelectual; e○ integridade do mercado interno.• Proteger as denominações de produtos específicos para promover as suas características únicas, ligadas à sua origem geográfica e ao know-how tradicional.• Objetivos para os regimes de proteção:<ul style="list-style-type: none">○ promoção de produtos com características específicas;○ melhoria da renda dos agricultores;○ retenção da população nas áreas rurais; e○ fornecimento de informações claras e sucintas aos consumidores sobre a origem do produto.
Implementação	2012
Público alvo	Produtores agrícolas dos países membros da União Europeia.

<p>Setores Atendidos</p>	<p>Os principais setores se referem à maioria dos produtos alimentícios e bebidas destinados ao consumo, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ carne, laticínios e peixe; mel; frutas e legumes; bebidas à base de extratos de plantas; pão, massas, produtos de pastelaria, bolos e biscoitos; doces e chocolate; e cerveja e cidra. <p>Se estiver requerendo uma marca de proteção DOP ou IGP, também pode-se requerer proteção:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ gomas e resinas naturais; feno; óleos essenciais; pasta de mostarda; rolha; cochonilha; flores e plantas ornamentais; lã; vime; linho afiado; algodão; e sal. <p>Se estiver se candidatando a uma marca de proteção TSG, pode candidatar-se a proteção:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ refeições preparadas; cerveja; produtos de padaria, de pastelaria, de confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos; bebidas à base de extratos de plantas; macarrão; e sal.
<p>Desenho da Política (passo a passo)</p> 	<p>DOP – Denominação de Origem Protegida (PDO – Protected Designation of Origin)</p> <p>O que é</p> <p>É um regime de denominação de origem protegida e faz parte do arcabouço de proteção que foi criado para proteger produtores de determinados produtos ligados a uma zona geográfica, juntamente com IGP. Ambos são reconhecidos como indicadores geográficos.</p> <p>Os produtos que possuem o selo PDO são aqueles com forte vínculo com o local nos quais foram feitos. É obrigatório para alimentos e Produtos Agrícolas, e opcional para vinhos.</p> <p>Toda parte do processo de produção, processamento e preparação deve ocorrer na região especificada. Este selo é o mais difundido, sendo responsável por cerca de 47,8% dos 1146 produtos registrados em 2013.</p>
<p>Desenho da Política (passo a passo)</p> 	<p>IGP – Indicação geográfica protegida (PGI – Protected Geographical Indication)</p> <p>O que é</p> <p>Enfatiza a relação entre a região geográfica específica e o nome do produto, onde uma qualidade, reputação ou outra característica específica é essencialmente atribuível à sua origem geográfica. É</p>

	<p>obrigatório para alimentos e produtos agrícolas, e opcional para vinhos.</p> <p>Para receber o status de IGP, todo o produto deve ser tradicional e pelo menos parcialmente fabricado (preparado, processado ou produzido) dentro da região específica e, assim, adquirir propriedades únicas.</p>
<p>Desenho da Política (passo a passo)</p> 	<p>Especialidade Tradicional Garantida (ETG) (TSG – Traditional Specialities Guaranteed)</p> <p>O que é</p> <p>O processo de qualidade TSG visa fornecer um regime de proteção para produtos alimentares tradicionais de carácter específico. Diferentemente da DOP e da IGP, esse processo de qualidade não certifica que o produto alimentício protegido tenha uma ligação a uma área geográfica específica.</p> <p>Para se qualificar para um TSG, um alimento deve ter "carácter específico" e suas matérias-primas, método de produção ou processamento devem ser "tradicionais". Para que um nome de alimento seja registrável de acordo com o esquema TSG, deve</p> <ol style="list-style-type: none"> a) ter sido tradicionalmente usado para se referir ao produto específico; ou b) (b) identificar o carácter tradicional ou específico do produto. <p>Um TSG cria um direito exclusivo sobre o nome do produto registrado. Consequentemente, o nome do produto registrado pode ser usado apenas por produtores que estejam em conformidade com o método de produção registrado e as especificações do produto</p>
<p>Desenho da Política (passo a passo)</p>	<p>Processo de Obtenção dos Selos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Para formalizar o pedido de obtenção de algum selo, a pessoa/entidade interessada deve enviar um documento entidade nacional responsável para fazer a análise. 2. Após encaminhado, o órgão nacional competente fará uma análise da requisição e avaliará a candidatura em questão. O órgão solicitará os devidos ajustes na requisição para que esteja pronta para apresentada à EU. 3. Após ter acordado com o organismo competente uma versão final da sua candidatura, esta deve ser publicada para consulta nacional. Quando as inspeções estiverem concluídas, o órgão nacional verificará os resultados e decidirá se a solicitação será encaminhada à Comissão Europeia. 4. A Comissão avaliará a requisição e se aprovada será publicada no jornal oficial da EU, se alguém apresentar um aviso de

	<p>oposição, o órgão nacional tentará resolvê-lo com o solicitante e com o organismo relevante no Estado-Membro de onde provém a objeção.</p> <p>5. Se ninguém tiver apresentado um aviso de oposição após 3 meses, a UE publicará no jornal oficial o regulamento que confere proteção jurídica ao nome do seu produto e acrescentará o nome do seu produto ao registo das denominações protegidas.</p>
Principais atores/instituições envolvidas	Autoridade Europeia para a Segurança Alimentar (European Food Safety Authority – EFSA)
Impacto/resultados alcançados	<p>Os 28 países da UE apresentam um total de 1.335 produtos registados como DOP, IGP ou ETG (dados de 1992 até 2016). Destes 28 países, destacam-se Itália, França, Espanha, Portugal e Grécia, que possuem o maior número de produtos com denominação registrada. Dos 1335 produtos registrados, 50,5% estão registados como IGP; 45,2% como DOP e 4,3% como ETG.</p> <p>Principais benefícios para os produtores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • proteção contra concorrência desleal; • aumento das vendas através do mesmo canal de distribuição internacional; • facilitação da abertura de novos canais de distribuição; • manutenção das relações comerciais e redução da incerteza no mercado comercial e final; • benefício da promoção coletiva de produtos; • utilizar os fundos de promoção da UE para produtos de qualidade; • mais garantias aos consumidores finais; • destaque de produtos protegidos em mercados estrangeiros; e • boa reputação dos nomes geográficos.
Desafios	Os três selos de qualidade estão ajudando os produtores agrícolas de produtos regionais e tradicionais a comunicar as características únicas do produto a compradores e consumidores, apoiando assim seus esforços para vencer a competição com base na qualidade.

O registro do produto sob o logotipo DOP / PGI / TSG geralmente permite que um produtor exija um preço considerável sobre produtos similares da mesma categoria, mas ao mesmo tempo gera custos relacionados à aplicação de regras, métodos e especificações; custos de controle; custos de marketing etc.

A fim de se beneficiar totalmente do sistema e, assim, melhorar a estabilidade e a lucratividade de produção, os produtores, além de atenderem a certas condições prévias, devem desenvolver constantemente suas próprias habilidades de produção e comercialização, no quadro de fortes associações de produtores.

Existem também alguns fatores externos distintos, que determinam o sucesso de tal estratégia mais do que quaisquer outros. Compreendem, entre outros:

- a existência de forte estrutura organizacional e institucional, incluindo associações de produtores;
- parceria equitativa;
- pontos fortes dos parceiros de mercado; e
- proteção legal efetiva.

No caso de ausência de tais pré-condições, pode ser mais direcionado para o desenvolvimento de outras estratégias. No entanto, se forem totalmente gerenciados, nomes especiais de produtos de qualidade podem oferecer muitos benefícios, tanto para produtores quanto para consumidores, assim como para todas as regiões.

Mais Informações

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R1151&from=EN>

https://www.researchgate.net/publication/255590011_Some_Factors_of_Success_for-Origin_Labelled_Products_in_Agri-Food_Supply_Chains_in_Europe_Market_Internal_Resources_and_Institutions

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009DC0234&from=en>

<http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/3492/3258-11250-1-PB.pdf?sequence=1>

https://www.jstor.org/stable/24325986?seq=1#page_scan_tab_contents

<https://www.terredecompta.com/fiche-conseil/fiche-conseil-juridique/label-agricole.html>

https://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/189_2013-CJFS.pdf

<https://www.gov.uk/guidance/eu-protected-food-names-how-to-register-food-or-drink-products>

<https://www.artimondo.co.uk/magazine/the-difference-between-pdo-and-pgi-status/>

Velčovská Š., Sadílek T. (2014): Analysis of quality labels included in the European Union quality schemes. *Czech J. Food Sci.*, 32: 194–203

Iraizoz, B., Bardají, I., & Rapún, M. (2011). Do 'Protected Geographical Indications' (PGI)-Certified Farms Perform Better?: The Case of Beef Farms in Spain. *Outlook on Agriculture*, 40(2), 125–130. <https://doi.org/10.5367/oa.2011.0045>

HAJDUKIEWICZ, Agnieszka. European Union agri-food quality schemes for the protection and promotion of geographical indications and traditional specialities: an economic perspective. *Folia Horticulturae*, [s.l.], v. 26, n. 1, p.3-17, 1 jun. 2014. Walter de Gruyter GmbH. <http://dx.doi.org/10.2478/fhort-2014-0001>.

VECCHIO, Riccardo; ANNUNZIATA, Azzurra. The role of PDO/PGI labelling in Italian consumers' food choices. *Agricultural Economics Review*, S.l., v. 02, n. 11, p.80-98, 2011

PORTUGAL

Marco Regulatório/Nome da Política	
Decreto-Lei n.º 122/2015, de 30 de junho Cria o Programa de Promoção das Artes e Ofícios e define um conjunto de modalidades de apoio no âmbito das atividades artesanais.	
Decreto-Lei n.º 121/2015, de 30 de junho Cria o Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais.	
Portaria nº1085/2004, de 31 de agosto Regulamenta o uso do símbolo de “produto produzido por artesão reconhecido” ou “...em UPA reconhecida”.	
Portaria nº 1193/2003, de 13 de outubro Regulamenta o processo de reconhecimento, define o Repertório das Atividades Artesanais e o Registo Nacional do Artesanato;	
Decreto-Lei nº 110/2002, de 16 de abril Aprova o Estatuto do Artesão e da UPA e define o respetivo processo de reconhecimento. Este DL é operacionalizado através de 2 Portarias:	
Resumo	<p>Em nível nacional existe um processo de reconhecimento, quer dos artesãos quer das unidades produtivas artesanais, que conduz, respetivamente, à atribuição dos títulos designados por “carta do artesão” e “carta de unidade produtiva artesanal”.</p> <p>Este reconhecimento é atualmente enquadrado pelo PPAO, Programa de Promoção das Artes e Ofícios, criado pelo Decreto-Lei nº 122/2015 de 30 de junho. A finalidade deste programa continua a ser valorizar, expandir e renovar as artes e ofícios em Portugal, através de uma política integrada assente na atuação concertada dos vários departamentos da Administração Pública e dos diferentes agentes da sociedade civil.</p>
Principais objetivos	<p>O PPAO promete um impulso renovado ao apoio nesta área, inserido no esforço mais amplo de promoção da competitividade, do emprego e da coesão econômica e social do país. Este Programa apoia:</p> <ol style="list-style-type: none">i. a capacitação de ativos para trabalharem neste setor, em particular através de formação em contexto de trabalho;ii. a promoção e comercialização desses produtos; eiii. o empreendedorismo associado a este setor específico, bem como, por essa via e pelos estímulos à contratação de

	trabalhadores por conta de outrem, a criação líquida de emprego, promovendo assim a inserção de jovens e adultos em situação de desemprego.
Implementação	2002
Público alvo	Grupos de atividades contemplados pelo Estatuto do Artesão e da Unidade Produtiva Artesanal.
Setores atendidos	Artes e Ofícios Têxteis; Artes e Ofícios de Cerâmica; Artes e Ofícios de Trabalhar Elementos Vegetais; Artes e Ofícios de Trabalhar Peles e Couros; Artes e Ofícios de Trabalhar Madeira e a Cortiça; Artes e Ofícios de Trabalhar o Metal; Artes e Ofícios de Trabalhar a Pedra; Artes e Ofícios ligados ao Papel e Artes Gráficas; Artes e Ofícios ligados à Construção Tradicional; Restauro de Patrimônio, Móvel e Integrado; Restauro de Bens Comuns; Produção e Confeção de Bens Alimentares; e Outras Artes e Ofícios.
Desenho da Política (passo a passo)	O reconhecimento do estatuto de artesão e do estatuto de unidade produtiva artesanal é da competência da Comissão Nacional para a Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais. Sendo que, no caso de produção e preparação artesanal de bens alimentares, esta carta está sujeita a parecer vinculativo dos serviços competentes do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas.
Principais atores/instituições envolvidas	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Patrimônio (CEARTE); • Federação Portuguesa das Confrarias Gastronômicas (FPCG); • MINHA TERRA – Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local; e • DGADR – Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural.
Impacto/resultados alcançados	<p>A valorização e promoção dos produtos tradicionais são atividades que concorrem para o desenvolvimento sustentável do território e para a preservação e manutenção deste património nacional, cujo levantamento constitui o ponto de partida.</p> <p>A Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR) em colaboração com a Federação Portuguesa das Confrarias Gastronômicas (FPCG) e a MINHA TERRA - Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local tem desenvolvido um trabalho sistemático de levantamento do receituário tradicional português e dos produtos agrícolas e géneros alimentícios tradicionais portugueses, através da inventariação de referências escritas, da obtenção de elementos relativos à história, particularidades, usos e saber-fazer associados a esses produtos, sendo que qualquer entidade</p>

	ou pessoa física pode colaborar através do envio de informação, tendo em vista a inclusão de produtos neste inventário, através de uma validação prévia por parte destas entidades.
Desafios	<ul style="list-style-type: none">• Continuar a desenvolver investigação sobre as potencialidades destes produtos, nomeadamente a nível das suas características organoléticas e das suas vantagens nutricionais, estimando os potenciais benefícios para a saúde, dado existir muito pouca informação disponível relativa a estes parâmetros.

Mais Informações

[http://repositorio.insa.pt/bitstream/10400.18/4104/1/Boletim Epidemiologico Observacoes N17 2016 artigo2.pdf](http://repositorio.insa.pt/bitstream/10400.18/4104/1/Boletim_Epidemiologico_Observacoes_N17_2016_artigo2.pdf)

<https://www.asae.gov.pt/perguntas-frequentes1/produtos-tradicionais.aspx>

<https://www.cearte.pt/files/dbdownload/1c86f60780565a8f9c42eb3f8ffe232d>

<https://www.cearte.pt/files/dbdownload/67f111ae61cd3748543591302be69e26>

COMUNIDADE AUTÔNOMA DA GALÍCIA (ESPANHA)

Marco Regulatório/Nome da Política	
Decreto de Alimentos Artesanais (Decreto de Artesanía Alimentaria)	
Resumo	A Galícia possui uma longa tradição de produtos alimentares artesanais, que fazem parte da sua cultura popular e gozam de alta estima entre os consumidores, inclusive fora da Espanha. A produção desses produtos tem contribuído não só para o enriquecimento da cultura galera, mas também para a criação de uma base econômica para muitas famílias rurais e costeiras.
Principais objetivos	O regulamento da comida artesanal possui os seguintes objetivos: <ul style="list-style-type: none">a. promover e proteger as produções de pequena escala e produções de comida tradicional “artesanal” para assim contribuir para a preservação e disseminação da cultura alimentícia da Galícia.b. diversificação econômica das explorações agrícolas e aumento do valor acrescentado para a produção local, para aumentar os lucros e salvaguardar as populações nas zonas rurais, especialmente montanhosas e costeiras;c. promover métodos tradicionais de produção baseados em boas práticas artesanais e desenvolver uma linha de produtos diferenciados de qualidade;d. possibilitar canais de distribuição curtos com contato direto entre produtores e consumidores; ee. promover a visibilidade e a participação ativa das mulheres em todos os aspectos das atividades alimentares artesanais.
Implementação	2019 Contudo, sua entrada em vigor será adiada, pois será necessário esperar o desenvolvimento dos padrões técnicos. Assim, os novos regulamentos deverão entrar em vigor seis meses após serem publicados no Diário Oficial da Galícia.
Público alvo	Produtores/ empresas locais de comida tradicional “artesanal” da Galícia.

Setores atendidos	Produtos lácteos, produtos à base de carne, produtos da pesca e aquicultura, vinhos, bebidas destiladas, sidra, cerveja e produtos de panificação, entre outros.
Desenho da Política (passo a passo)	<p>Dentre as medidas a serem implementadas pela política estão:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) <i>Artisan Card</i>: que comprova o status de artesão para quem o possuir; b) <i>Artisan Food Register</i>: empresas artesanais devem ser registradas no <i>Artisan Food Register</i>. A inscrição no registro permitirá que as empresas registradas utilizem os símbolos identificativos referidos no artigo 31.º em produtos cuja produção satisfaça as disposições do presente decreto e o correspondente regulamento técnico; c) Proteção de termos referentes a alimentos artesanais. Os termos: artesanía e artesano artesanal, artesano de la casa e artesano casero só serão utilizados para a rotulagem, apresentação e comercialização de produtos que atendam aos requisitos estabelecidos neste Decreto e seus regulamentos complementares. As empresas que não atenderem a esses requisitos não poderão usar essas indicações ou outras análogas; e d) <i>Artisan Food Symbol</i>: As empresas artesanais inscritas no <i>Artisan Food Register</i> devem identificar os produtos que produzem e que atendem aos requisitos deste Decreto e seus regulamentos de implementação. No caso de produtos artesanais caseiros e produtos de montanha artesanais pode ser usado em seu lugar.
Principais atores/instituições envolvidas	<ul style="list-style-type: none"> • Ministério dos Assuntos Rurais (Consellería de Medio Rural) • Agência Galega de Qualidade dos Alimentos (Agaca - Agencia Gallega de la Calidad Alimentaria) • “Conselho Galego de Alimentos Artesanais”: órgão que será formado por representantes de diferentes departamentos que possuem participação nesse setor, e por representantes de organizações agropecuárias, cooperativas, conselhos reguladores e associações de artesãos.
Impacto/resultados alcançados	O decreto exigirá que se o produto agroalimentar for incluído no escopo de proteção de uma denominação de origem protegida ou indicação geográfica, a regra exigirá sua aceitação. Além disso, para ser um produto artesanal, é estabelecido como requisito que as matérias primas sejam selecionadas e que não sejam utilizados melhoradores artificiais, corantes ou aromas, gorduras trans ou gorduras de palma ou de coco, entre outros. O decreto estabelecerá que, para garantir a

	<p>intervenção pessoal do artesão no processo, não haverá re-rotulagem ou razões sociais de intervenção no circuito comercial, nem será aceito o uso de marcas que não são dela.</p> <p>O decreto também regula o registro de artesanato em que todos os negócios de alimentos artesanais devem ser registrados. O registro dependerá da Agacal e permitirá conhecer com precisão a dimensão dos recursos sociais, gerenciá-lo e calcular o escopo da ação administrativa.</p>
Desafios	<ul style="list-style-type: none"> • Embora a iniciativa pretenda proteger e promover a produção local de alimentos artesanais, os critérios técnicos e a obrigação de obter uma licença ou registro podem ser considerados encargos desnecessários para pequenos produtores da região.

Mais Informações

<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/mt/index.cfm/search/?trisaction=search.detail&year=2018&num=167&dLang=ES>

<http://www.campogalego.com/es/agroalimentacion-es/galicia-contara-por-fin-con-una-regulacion-de-los-alimentos-artesanos-y-caseros/>

FRANÇA

Marco Regulatório/Nome da Política	
Label Rouge, estabelecido pela lei de Orientação Agrícola e pelo Código Rural e Pesca Marítima.	
Resumo	<p>A revitalização pós-guerra do setor alimentício francês favoreceu a indústria em detrimento da produção artesanal, mas os consumidores não estavam dispostos a desistir da busca do <i>goût de terroir</i>, ou sabor da terra. O governo respondeu com o desenvolvimento de selos de qualidade que foram anexados a produtos localizados, assim como o <i>appellation d'origine controle</i> (AOC) fez com vinhos e queijos. O primeiro destes sinais de qualidade foi o Label Rouge, que se prende a um produto específico com uma origem geográfica bem circunscrita.</p> <p>Além disso, havia a vontade do setor agropecuário de reavaliar a qualidade de seus produtos, bem como havia uma vontade institucional de proteger os pequenos produtores dos efeitos da pecuária industrial, incentivando assim um tipo de produção familiar.</p>
Principais objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • De abrangência nacional, pretende identificar e diferenciar produtos com maior qualidade. É levado em consideração: <ul style="list-style-type: none"> ○ Condições de produção; ○ Imagem do produto; e ○ Elementos de apresentação. • É possível que um produto com o Label Rouge pode ser beneficiário de uma Indicação Geográfica Protegida.
Implementação	2006
Público alvo	Organizações de Produtores Rurais.
Setores Atendidos	Agropecuário.
Desenho da Política (passo a passo)	<p>A obtenção do selo é um processo coletivo realizado por uma Organização de Defesa e Gestão (ODM) que é, na maioria dos casos, uma estrutura associativa. A DOP deve ser representativa de todos os operadores e volumes de produção relativos ao sector em causa. Ele é o interlocutor do INAO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Primeiros contatos: intercâmbio de candidatos/INAO (Instituto Nacional da Origem e da Qualidade) para aconselhamento; 2. Análise do processo do candidato; 3. Exame da admissibilidade do processo pela comissão permanente; 4. Trabalho da Comissão de Inquérito e dos serviços do INAO

	<p><i>i. É responsável pelo estudo do pedido, com vista a fazer recomendações ao comité nacional que o encarregou de examinar o processo. Se necessário, ele terá que se aprofundar em pontos específicos a pedido do comité nacional ou de seu comité permanente.</i></p> <p>5. Exame da conformidade do processo de adesão ao SIQO (Sinais de Identificação da Origem e Qualidade) pelo comité nacional;</p> <p>6. O Procedimento Nacional de Oposição (PNO)</p> <p><i>i. Com o objetivo de trazer conhecimento público ao projeto de reconhecimento e assim recolher eventuais oposições ao processo. O Processo tem a duração de 2 meses.</i></p> <p>7. Votação da adesão à SIQO pelo Comitê Nacional</p> <p><i>i. A depender de oposição ou não, o INAO decide sobre a transmissão para aprovação das especificações.</i></p> <p>8. Aprovação das especificações</p>
Principais atores/instituições envolvidas	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Nacional da Origem e da Qualidade – INAO, ligado ao Ministério da Agricultura e Alimentação da França • Organização de Defesa e Gestão • Comitê Francês de Acreditação
Impacto/resultados alcançados	<ul style="list-style-type: none"> • Em 2018, 429 produtos franceses se beneficiavam do <i>Label Rouge</i> (314 dos quais dizem respeito aos setores de aves, carne e embutidos), que representa um volume de negócios de mais de 1,4 bilhão de euros (0,7 para aves, ovos e <i>foie gras</i>; 0,52 para carnes e embutidos; 0,1 para produtos do mar). • O reconhecimento da LR pelos consumidores franceses é de 43% (Loisel e Couvreur, 2001). Claramente, a LR tem uma reputação de qualidade, desde 2004, o preço médio foi de 6,06 euros/kg para um frango LR versus 2,48 euros/kg para o frango mais barato na prateleira. O <i>Label Rouge</i> combina uma boa reputação com uma quota de mercado relativamente grande para alguns produtos. O LR permite que os agricultores locais desenvolvam uma agricultura produtos típicos/territoriais, se beneficiando da reputação nacional do LR.
Desafios	<p>As indicações geográficas (PDO/IGP) da França são regidas, desde 1935, por um único instituto misto público/privado, criado na sequência da incapacidade do Estado de definir as IG. Este organismo misto, o Instituto Nacional de Denominação de Origem (INAO),</p>

composto por representantes das autoridades públicas e das organizações de produtores, foi enfraquecido devido a um contexto em movimento em França, na Europa e no mundo. A transferência das atividades de controle das IG para os organismos privados de certificação, por um lado, e o maior envolvimento da Comissão da UE, por outro, põem em questão o futuro do INAO e afetam a atratividade das IG e, por conseguinte, o desenvolvimento rural.

Mais Informações

https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1425&context=card_workingpapers

https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2018/2018_18_qualite_origine_produits_alimentaires.pdf

MARIE-VIVIEN, Delphine et al. Are French Geographical Indications Losing Their Soul? Analyzing Recent Developments in the Governance of the Link to the Origin in France. *World Development*, [s.l.], v. 98, p.25-34, out. 2017. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.01.001>.

<https://www.inao.gouv.fr/Espace-professionnel-et-outils/Les-procedures-d-instruction-pas-a-pas/Label-rouge/LR-schema-de-reconnaissance>

<http://www.alsace-qualite.com/signes-de-qualite/label-rouge/comment-obtenir-un-label-rouge>

ITÁLIA

Marco Regulatório/Nome da Política	
Decreto Ministerial de 8 de setembro de 1999 n. 350 / <i>Prodotti Agroalimentari Tradizionali</i> - PAT	
Resumo	<p>Os produtos PAT são aqueles produtos italianos típicos enraizados na área de produção, mas são diferentes dos produtos DOP porque toda a cadeia alimentar que os produz não se limita necessariamente a um local pequeno.</p> <p>Os PAT são muito menos difundidos e de nicho do que os produtos das marcas DOP e IGP, são mais semelhantes ao De.Co (produtos de denominação municipal) e representam realidades muito pequenas, as realidades da Itália a serem descobertas. E eles têm antiguidade: devem estar presentes no local de pertença há pelo menos 25 anos.</p>
Principais objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Valorização de setores de nicho;• Delegar tarefas de catalogação para as regiões onde os selos são emitidos, mas mantendo um controle único; e• Diferenciar dos selos DOP e IGP.
Implementação	1999
Público alvo	<ul style="list-style-type: none">• Pequenas Vilas e Produtores; e• Produtores Tradicionais.
Setores Atendidos	<ul style="list-style-type: none">• Bebidas não alcoólicas, bebidas espirituosas e licores;• Cerveja• Carne e derivados;• Queijos;• Gorduras (manteiga, margarina, óleo);• Produtos vegetais em estado natural ou processados;• Pastelaria fresca e produtos de panificação, biscoitos, pastelaria e confeitaria;• Preparação de peixe, moluscos, mariscos e técnicas especiais dos mesmos;• Produtos de gastronomia; e

	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos de origem animal (mel, produtos lácteos de vários tipos, exceto manteiga).
Desenho da Política (passo a passo)	<p>Cada produto ao qual a marca PAT é reconhecida, incluído na lista do Ministério, possui um formulário correspondente (elaborado em nível regional), que contém as informações de identificação, que garantem sua qualidade e origem. As indicações não têm caráter normativo para os produtores (diferentemente do que ocorre com as especificações dos produtos certificados DOP ou IGP) e dizem respeito aos seguintes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Categoria; • Nome do produto, incluindo sinônimos e termos de dialeto; • Área de produção; • Breve descrição do produto; • Descrição dos métodos de processamento, preservação e maturação; • Materiais, equipamentos específicos utilizados na preparação e condicionamento; • Descrição das instalações de processamento, preservação e maturação; e • Elementos que provam que os métodos foram praticados de maneira homogênea e de acordo com as regras tradicionais por um período não inferior a 25 anos.
Principais atores/instituições envolvidas	<ul style="list-style-type: none"> • Ministério da Agricultura alimentos, silvicultura e turismo; • Secretarias Regionais de Agricultura; e • Organizações de Agricultores locais.
Impacto/resultados alcançados	<p>Os produtos são incluídos na lista anualmente através de Decreto Ministerial desde 1998 e atualmente existem mais de 5000 produtos típicos italianos.</p>
Desafios	<ul style="list-style-type: none"> • Aceitação a nível europeu. Os produtos de marca PAT não são reconhecidos a nível europeu, diferentemente dos produtos DOP (Denominação de Origem Protegida e) IGP (Indicação Geográfica Protegida). • Diferentemente das DOP e IGP, a aprovação da lista não representa um reconhecimento ou proteção legal real para os produtores.

Mais Informações

https://www.regione.piemonte.it/web/sites/default/files/media/documenti/2018-11/procedura_per_il_riconoscimento_di_un_pat.pdf

<https://www.authentico-ita.org/prodotti-agroalimentari-tradizionali-eccellenze-italiane/>

<https://www.buonalombardia.regione.lombardia.it/wps/portal/site/buonalombardia/DetailoRedazionale/prodotti/prodotti-tradizionali/prodotti-agroalimentari-tradizionali>

<https://www.informacibo.it/prodotti-tipici-italiani-pat-elenco-aggiornato-mipaaf-numeri-curiosita/>

<https://www.tripdifferent.com/store/blog/prodotti-tipici/guida-ai-prodotti-tipici>

<http://italiantraditionalfood.it/featured/list-typical-italian-products/>

<https://www.qualityfind.it/pat/cosa-sono-i-pat/>

WYOMING (EUA)

Marco Regulatório/Nome da Política	
Lei de Liberdade Alimentar do Wyoming	
Resumo	A Lei da Liberdade Alimentar aplica-se às vendas de alimentos que ocorrem diretamente entre o produtor e o consumidor, e os produtos devem ser comprados para consumo doméstico.
Principais objetivos	O objetivo da Lei de Liberdade Alimentar do Wyoming é permitir a venda e o consumo de alimentos caseiros e incentivar a expansão das vendas agrícolas pelos mercados de agricultores, fazendas, produtores domiciliares e a acessibilidade dos mesmos aos consumidores finais.
Implementação	2015
Público alvo	Agricultores, fazendeiros, padeiros e cozinheiros domésticos
Setores atendidos	De acordo com a lei e revisões em 2017, os produtores estão legalmente autorizados a vender os seguintes alimentos diretamente aos consumidores: <ul style="list-style-type: none"> • Produtos de padaria caseiros, como pães e pãezinhos, bolos, biscoitos, tortas, etc; • Produtos enlatados preparados em casa, tais como compotas, geleias (com baixo teor de açúcar), salsas, picles, etc; • Chucrute, vinagre e outros alimentos fermentados; • Ovos; • Mel cru; • Leite cru e produtos lácteos (como queijo e iogurte caseiros); • Carne de coelho e peixe domésticos processados em casa (exceto peixe bagre); e • Aves de capoeira e produtos à base de aves domésticas (uma isenção permite ao açougue e a venda anual de até 1.000 aves ao consumidor final).
Desenho da Política (passo a passo)	Esses itens devem seguir as diretrizes do Departamento de Agricultura dos EUA (USDA) para processamento de aves e cumprir com os requisitos de rotulagem e temperatura do Wyoming. Os produtos <i>Wyoming Food Freedom Act</i> não podem conter carne que não seja de aves (por exemplo, carne bovina, ovina, suína, caprina, frutos do mar).

	<p>Toda a carne (exceto coelho, peixe e aves produzidas abaixo do limite de 1.000 aves) deve vir de uma instalação estadual ou federal inspecionada.</p> <p>As empresas que vendem produtos da Lei de Liberdade Alimentar - produtos federais também podem vender alimentos inspecionados, desde que a instalação esteja localizada em fazenda ou casa onde são produzidos alimentos não regulamentados. O "espaço comercial" onde os gêneros alimentícios não regulamentados são vendidos devem ser fisicamente separados da área da instalação onde se encontram os alimentos inspecionados. Devem ser vendidos em uma "porta separada, caixa registradora ou ponto de venda separados". Deve haver também a separação dos refrigeradores, congeladores, e armazéns ou outras áreas de armazenamento para evitar a mistura de produtos inspecionados e não inspecionados.</p> <p>A sinalização é necessária para indicar as seções da loja estão oferecendo itens inspecionados para venda e quais seções estão a oferecer itens não inspecionados para venda. Embora não haja requisitos de rotulagem, os produtores devem informar cada cliente que o produto não está certificado, rotulado, licenciado, inspecionado ou regulamentado. Além disso, a lei impede que qualquer agência governamental estadual restrinja o negócio, o que significa que os produtores da Food Freedom não precisam de uma licença comercial. Nenhum produto do Wyoming Food Freedom Act pode ser vendido a atacadistas, corretores ou distribuidores, e as vendas fora do estado são proibidas. Embora os produtores possam anunciar produtos na Internet e receber encomendas e dinheiro através da Internet, não podem enviar produtos por correio ou por um serviço de postagem rápido aos consumidores.</p>
<p>Principais atores/instituições envolvidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Institute for Justice • Tyler Lindholm (Dep. Estadual) • FDA - o U.S. Food and Drug Administration • USDA – United States Department of Agriculture • Wyoming Food Safety Coalition • Wyoming Small Business Development Center Network
<p>Impacto/resultados alcançados</p>	<p>“O número de mercados de agricultores aumentou quase 70% desde a promulgação da Lei de Liberdade Alimentar de Wyoming. E a North Dakota Farmers Market and Growers Association estima que cerca de 600 vendedores vendem seus produtos nos mercados de agricultores, a maioria operando sob a lei de liberdade alimentar do estado.</p> <p>As objeções mais comuns levantadas em oposição à liberdade alimentar giram em torno da segurança pública. Mas, de acordo com a</p>

	<p>Forbes, representantes dos departamentos de saúde de Wyoming, Dakota do Norte e Utah relataram exatamente zero surtos de doenças transmitidas por alimentos ligados a um negócio que opera sob uma lei de liberdade alimentar. Enquanto isso, "No ano passado, os Centros de Controle e Prevenção de Doenças investigaram e aconselharam o público sobre 24 surtos de doenças transmitidas por alimentos, o maior em mais de uma década, com alface romaine regulada federalmente, salada de frango e até mesmo Honey Smacks Cereal, todos ligados a surtos que hospitalizaram americanos".</p> <p>As forças de mercado parecem fazer um trabalho melhor para garantir a segurança alimentar do que os processos regulatórios governamentais. Como disse um fazendeiro do Wyoming, se você produz um produto ruim, "você está arriscando não apenas a saúde de sua família, mas a saúde de sua comunidade, seus amigos".</p> <p>As leis de liberdade alimentar não só abrem mercados, expandem a escolha do consumidor e criam oportunidades para agricultores e empresários, elas dão um passo para restaurar a estrutura política original dos Estados Unidos. Em vez de processos regulatórios centralizados de cima para baixo, essas leis incentivam o controle local e podem efetivamente anular os esquemas regulatórios federais em vigor, impedindo a aplicação das regulamentações federais."</p>
Desafios	<p>O principal desafio que produtores do estado enfrentam se refere a comercialização de carnes de origem bovina. A questão é que as regulamentações federais dificultam a comercialização de carne bovina da marca Wyoming fora do estado onde estão a maioria os clientes.</p> <p>As regulamentações federais sobre o produto dificultam a comercialização pela exigência de inspeção sanitária do USDA, feita em instalação não presente no Estado. Existe a necessidade do envio do gado para outro estado para a devida inspeção em vez de ser utilizada uma das 15 instalações sanitárias no estado, o que por sua vez aumenta o preço final do produto.</p> <p>Um estudo de 2019, sugere que as leis estaduais restritivas nos EUA em geral, podem dificultar o empreendedorismo nas comunidades rurais. Estes resultados sugerem que os decisores políticos devem considerar a redução das restrições à indústria de alimentos caseiros, a fim de promover a criação e o crescimento de pequenas empresas, especialmente entre as mulheres e as populações rurais.</p>

Mais Informações

<https://www.forbes.com/sites/nicksibilla/2019/01/22/hundreds-of-homemade-food-businesses-flourish-under-state-food-freedom-laws/#581416c92226>

<https://www.wyoleg.gov/Legislation/2015/HB0056>

http://www.uwyo.edu/uwe/programs/_files/regulatoryguidespecialtycrops.pdf

<https://www.wyomingpublicmedia.org/post/even-food-freedom-act-wyoming-ranchers-struggle-get-beef-plates#stream/0>

[The relationship between cottage food laws and business outcomes: A quantitative study of cottage food producers in the United States](#)

[\\nasrvfppw02as\uari\\$\4- Relacionamento\10 - Práticas Internacionais\2019\Regulamentação Produção Artesanal\Legislação Estrangeira\mcdonald2019 USA.pdf](#)

MCDONALD, Jennifer. The relationship between cottage food laws and business outcomes: A quantitative study of cottage food producers in the United States. Institute for Justice. Arlington. 2019.