

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
MEL DO PARQUE DO IGUAÇU

**Avaliação do Potencial de IG para  
o Mel do Parque do Iguaçu**

© 2020. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE  
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

**SEBRAE**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul  
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.  
Telefone: (61) 3348-7636  
www.sebrae.com.br

**Presidente do Conselho Deliberativo Nacional**

Roberto Tadros

**Diretor Presidente**

Carlos Melles

**Diretor Técnico**

Bruno Quick

**Diretor de Administração e Finanças**

Eduardo Diogo

**Gerente da Unidade de Inovação**

Paulo Renato Macedo Cabral

**Coordenação Nacional**

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

**Entidade executora especializada em Indicação Geográfica**

INOVATES CONSULT LTDA

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....</b>	<b>4</b>
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM .....	4
<b>3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O MEL DO PARQUE DO IGUAÇU .....</b>	<b>5</b>
3.1. DADOS BÁSICOS .....	6
3.1.1. Dados do entrevistado .....	Erro! Indicador não definido.
3.1.2. Dados da potencial IG .....	6
3.2. QUESTÕES CRÍTICAS .....	6
3.2.1. Avaliação do potencial de IP .....	7
3.2.2. Avaliação do potencial de DO .....	7
3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS.....	7
3.3.1. Critério Produto .....	8
3.3.2. Critério Territorialidade.....	9
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva .....	9
3.3.4. Critério Governança .....	10
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento .....	11
3.3.6. Critério Desempenho Econômico .....	12
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	12
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida .....	13
3.3.9. Visão de Futuro.....	14
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA .....	14
<b>4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA .....</b>	<b>15</b>
4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS .....	17
<b>5. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>18</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Percebe-se cada vez mais uma tendência dos consumidores em valorizar a origem dos produtos e serviços que consomem. Existem muitas ferramentas de proteção e de promoção da origem, e a mais eficiente e reconhecida mundialmente é a Indicação Geográfica (IG). A IG é um nome, ou um termo, que se refere a um local geográfico particular. É usada para identificar produtos que têm qualidade e reputação únicas devido à sua origem geográfica. Os consumidores podem associar a origem à qualidade do produto, e como resultado, este pode conseguir uma maior valorização em relação aos produtos concorrentes.

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização que os representa. Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar toda a estrutura necessária para reconhecê-la e monitorá-la, os produtores precisam unir esforços e trabalhar em conjunto por um objetivo comum. Na realidade, o processo de reconhecimento da IG funciona como um incentivo poderoso para todos investirem em qualidade, estratégias de marketing e comercialização.

A IG age como uma ferramenta de coordenação e estruturação de determinada região, podendo unir produtores, empresas, instituições e toda a população visando alcançar o mesmo objetivo. Como consequência, todo o comércio e turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

O presente documento apresenta os resultados do Diagnóstico Técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica do Mel do Parque do Iguaçu, no estado do Paraná, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG do Mel do Parque do Iguaçu buscou como subsídios para análise, as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região. Realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas aprofundadas, com base na metodologia desenvolvida pelo Sebrae e no Marco Legal de Indicações Geográficas.

## **2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS**

Conforme o artigo 176 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, Lei nº 9.279/96, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO).

### **2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA**

Conforme o art. 177 da LPI, considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

### **2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM**

Conforme o art. 178 da LPI, considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

### **3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O MEL DO PARQUE DO IGUAÇU**

A obtenção de um reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira, e a consequente proteção desta, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos nossos produtos típicos e diferenciados.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária uma avaliação diagnóstica para verificar se um determinado produto/serviço tem uma real possibilidade de ser protegido por uma Indicação Geográfica.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de nossos produtos/serviços típicos e diferenciados, vinculados a territórios específicos, deve ser preservada, valorizada e convertida em valor para os produtores e população local.

No Brasil, a proteção às Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por atribuição, conforme Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelece as condições de registro das Indicações Geográficas no país.

O Sebrae atua na orientação e fomento aos pequenos negócios para protegerem e promoverem suas regiões vinculadas a produtos/serviços por meio das Indicações Geográficas, com vistas a acessar mercados, ampliar a competitividade e gerar desenvolvimento local.

Nesse sentido, foi elaborado pelo Sebrae em 2010, uma metodologia para avaliar o potencial de uma área geográfica vinculada a um produto/serviço para reconhecimento como Indicação Geográfica. Essa metodologia foi aprimorada a partir dos aprendizados decorrentes de sua aplicação nos últimos anos, conforme apresentado neste documento.

O resultado da aplicação dessa metodologia tem como objetivo apoiar as decisões sobre a pertinência da implementação de um processo de estruturação de uma Indicação Geográfica, tanto na modalidade de Indicação de Procedência quanto na modalidade de Denominação de Origem.

As respostas ao questionário pretendem dar um panorama da produção do produto na região em questão e, ao seu final, gerar indicadores qualitativos desta produção em vários de seus aspectos.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIS. As questões críticas são vitais para a verificação da real viabilidade do produto que é objeto do diagnóstico ser ou não uma Indicação Geográfica. As questões estruturais, por sua vez, têm como respostas um resumo das informações obtidas com as pessoas contatadas. Elas serão importantes para classificar o real potencial da implementação da Indicação Geográfica de acordo com uma série de indicadores que serão gerados.

### 3.1. DADOS BÁSICOS

#### 3.1.1. Dados da potencial IG

Nome Geográfico: Mel do Parque do Iguaçu

Produto (incluindo produtos derivados): Mel

Municípios envolvidos: Capanema e Planalto - PR

Entidade coletiva: Ainda não existe entidade representativa. Comercializam pela Coofamel com a intenção de criação de cooperativa própria.

### 3.2. QUESTÕES CRÍTICAS

As respostas das questões críticas (questões 1 e 2) vão indicar se existe potencial da área geográfica ser registrada como uma Indicação Geográfica.

Especificamente, a questão 1 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Indicação de Procedência (IP). Já a questão 2 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Denominação de Origem (DO).

### 3.2.1. Avaliação do potencial de IP

**QUESTÃO 1** - Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto? Quais?

*Existe alguma notoriedade e diferenciação que é perceptível pelos produtores locais, porém ainda não existem evidências suficientes que possam ser utilizadas para comprovar vínculo entre o produto (mel) com o território sugerido.*

### 3.2.2. Avaliação do potencial de DO

**QUESTÃO 2** - Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto com o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores? Quais?

*Ainda não existem estudos específicos que comprovem o vínculo entre produto e região, porém é possível realizar as análises do mel para comprovar cor, textura e sabor diferenciados.*

## 3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS

As respostas das questões estruturais (questões 3 a 35) vão gerar subsídios para o aprofundamento da análise do potencial de estruturação e reconhecimento da Indicação Geográfica, de acordo com 9 critérios:

1. Produto;
2. Territorialidade;



3. Método de produção/Cadeia produtiva;
4. Governança;
5. Identidade e senso de pertencimento;
6. Desempenho econômico;
7. Necessidade de proteção;
8. Pesquisa envolvida;
9. Visão de futuro.

### 3.3.1. Critério Produto

**QUESTÃO 3** - Quais são as características/qualidades do produto vinculado à área geográfica indicada?

*Fauna e flora é riquíssima e impacta na produção de mel, pois é próximo ao Parque Nacional e Rio Iguaçu, além do mel ter coloração, textura e sabor diferenciado a partir de floradas específicas (louro branco, cambará) e produzir fora de época.*

**QUESTÃO 4** - Existem derivados do produto produzidos na área geográfica indicada? Se sim, quais são?

*Existem as produções de derivados como o própolis (inclusive o vermelho) e cera de abelha.*

**QUESTÃO 5** - O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?

*Coloração, textura e sabor diferenciado a partir de floradas específicas (louro branco, cambará).*

**QUESTÃO 6** - Desde quando o produto é produzido na área geográfica?

*A atividade tem mais de 50 anos de atuação na região.*

**QUESTÃO 7** - O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?

*A Coofamel viabiliza a parte legal necessária para a atividade. Na produção existe um trabalho com BPA.*

### **3.3.2. Critério Territorialidade**

**QUESTÃO 8** - Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?

*Existe uma região que é composta por municípios que fazem fronteira com o Parque Nacional do Iguaçu, com destaque para o município de Capanema.*

**QUESTÃO 9** - Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agro-industrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada? Quais dessas etapas definem a reputação, as características ou qualidades do produto da IG pelo mercado?

*Produtor identifica local e florada para implantação do apiário --> captura ou produz o enxame --> realização do manejo ---> alimentação continuada ---> melhoramento genético = produção --> unidade de extração --> beneficiamento ---> comercialização*

**QUESTÃO 10** - Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?

*Sim, os produtores estão na região, porém a sede da Coofamel é fora da região em questão.*

### **3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva**

**QUESTÃO 11** - Quais etapas do processo produtivo são envolvidas com o produto a ser protegido da produção primária à distribuição?

*Produtores e cooperativa (realiza o beneficiamento e a comercialização) ou consumidor final.*

**QUESTÃO 12** - Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?

*Os produtores em grande parte são de agricultura familiar e recebem orientações de acordo com exigências do MAPA.*

**QUESTÃO 13** - Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?

*Os produtores estão iniciando a utilização de caderno de campo de acordo com as orientações de caderno de campo. As anotações são realizadas em cadernos e as cooperativas têm seus controles próprios.*

**QUESTÃO 14** - Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?

*O relacionamento é bom, vendido direto para consumidores finais ou cooperativa (coofamel).*

**QUESTÃO 15** – As instituições públicas reconhecem e implementam políticas públicas de valorização e apoio à cadeia produtiva do produto analisado?

*A atividade é apoiada pela Prefeitura, Sebrae, Emater, Rádio Capanema, Coofamel e tem a possibilidade do Parque Nacional entrar nessa parceria.*

#### **3.3.4. Critério Governança**

**QUESTÃO 16** - Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?

*Ainda não existe uma associação que represente a coletividade dos produtores da região, porém estão se organizando para a criação de uma associação. Por hora utilizam da estrutura da coofamel.*

**QUESTÃO 17** - Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?

*Não se aplica.*

**QUESTÃO 18** - Essa entidade dispõe de saúde financeira e/ou capacidade de articulação para a busca por recursos?

*Não se aplica.*

**QUESTÃO 19** - Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?

*Não existem entidades que possam disputar por protagonismo na região.*

**QUESTÃO 20** - Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?

*Os produtores que compõe o grupo envolvido na produção se mostra com grande potencial de organização associativa e cooperativa.*

### **3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento**

**QUESTÃO 21** - Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?

*Valorizam a produção local, com peculiaridades que este território oferece ao produto, garantindo qualidade e tipicidade ao consumidor. Existe ainda a valorização e reconhecimento da importância do trabalho familiar.*

**QUESTÃO 22** - Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?

*Sim, os produtores têm bastante orgulho da atividade que exercem, sempre vinculados à região que produzem. Tal visão e engajamento são fatores indispensáveis para o desenvolvimento do território em torno da atividade.*

**QUESTÃO 23** – Na percepção dos produtores, a população local reconhece o produto como parte da identidade do território?

*A população local sempre valorizou a atividade, inclusive isso faz com que os preços sejam bons quando vendidos diretamente ao consumidor final dentro da região. Existe ainda uma preferência por parte da comunidade local para a compra e consumo dos méis da região.*

**QUESTÃO 24** – Há o reconhecimento público ou de mercado do produto ou do saber-fazer (IPHAN, *SlowFood*, chefs, restaurantes, festivais, entre outros)?

*Alguns restaurantes da região utilizam os méis produzidos na região em seus cardápios.*

### **3.3.6. Critério Desempenho Econômico**

**QUESTÃO 25** - Qual as quantidades de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?

*Mais de 100 produtores apenas em Capanema e Planalto sendo que 30 estão envolvidos com o projeto.*

**QUESTÃO 26** - Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?

*Hoje a produção de mel nos dois municípios gira em torno de 45 toneladas/ano (contando apenas com os 30 produtores do projeto) totalizando cerca de 105 toneladas/ano no total.*

**QUESTÃO 27** - Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?

*Aproximadamente 350 mil reais / ano com os 30 produtores e cerca de 650 mil reais por ano com todos os 100 produtores.*

### **3.3.7. Critério Necessidade de Proteção**

**QUESTÃO 28** - Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?

*Existem falsificações de falsificação de legislação, mas não de usurpação do nome geográfico.*

**QUESTÃO 29** - Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?

*Sim, os compradores buscam por produtos da região por conta da qualidade e da tradição na produção de mel que é reconhecida e passada entre gerações.*

### 3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida

**QUESTÃO 30** - Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?

*Sim. Fauna e flora é riquíssima e impacta na produção de mel, pois é próximo ao Parque Nacional e Rio Iguaçu, o mel é produzido de floradas específicas (louro branco, cambará) e ainda se produz fora de época.*

**QUESTÃO 31** - Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?

*Sim. Normalmente é produzido por agricultura familiar seguindo normas legais exigidas e orientadas pelo MAPA.*

**QUESTÃO 32** - Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto vinculadas ao meio geográfico?

*Não se aplica.*

**QUESTÃO 33** - Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?

*IFPR - Realeza e Dois Vizinhos, UFFS - Universidade Federal da Fronteira Sul e UTFPR - Pato Branco e Dois Vizinhos.*

### 3.3.9. Visão de Futuro

**QUESTÃO 34** - Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?

*Existe a intenção de busca por novos mercados como na utilização governamentais na merenda escolar, mercados internacionais e fomento ao mercado interno local.*

**QUESTÃO 35** - Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

*Os produtores pretendem se aliar aos atores locais de desenvolvimento, como os de turismo, para desenvolver o território utilizando a atividade como diferencial e obtendo, com isso, a divulgação positiva da região.*

### 3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA

O gráfico abaixo apresenta o resultado a respeito do atendimento aos critérios avaliados da potencial IG, considerando que a escala vai de 0 a 5, sendo que, 0 (zero) não atende ao critério e 5 (cinco) atente totalmente ao critério.



## MEL DO PARQUE DO IGUAÇU



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial IP	1
2	Produto	4
3	Territorialidade	4
4	Método de Produção	4
5	Governança	3
6	Identidade / Pertencimento	5
7	Desempenho Econômico	3
8	Necessidade de Proteção	3
9	Pesquisa envolvida	1
10	Visão de Futuro	4

### 4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção do Mel do Parque do Iguaçu compreende, preliminarmente, os municípios de Capanema e Planalto, no estado do Paraná, que possuem características similares na produção de mel.

Ao analisar os dados enviados e levantados em pesquisa realizada, além das respostas e percepções constatadas durante a realização da entrevista do diagnóstico concluímos que esta região não possui, neste momento, um viés que sustente um processo de Indicação Geográfica pois, de acordo com conceitos e legislação vigente, tal reconhecimento necessita de provas e documentos contundentes em relação a notoriedade do território vinculado à produção de



determinado produto, no caso de Indicação de Procedência, ou ainda de estudos e provas científicas que comprovem vínculo entre a região e o produto, comprovando que a tipicidade é consequência do meio que é produzido.

Dito isso, **não evidenciamos** que o nome geográfico sugerido, tenha se tornado reconhecidamente notório pela produção de mel ou que existam evidências que comprovem o vínculo com meio geográfico.

Por outro lado, fica claro o potencial do trabalho realizado em torno da produção do mel bem como do grupo entrevistado no sentido de governança, organização, qualidade de produto e organização da cadeia produtiva. Tais elementos tornam viável um processo de Marca Coletiva.

A marca é um sinal distintivo que diferencia empresas, produtos e serviços, e é a partir dela que se começa a construir valor. As marcas coletivas são aquelas que identificam produtos ou serviços de membros de entidades coletivas, como associações, cooperativas, sindicatos, consórcios, entre outras. O registro da marca coletiva garante sua proteção em território nacional, assegurando exclusividade de uso no ramo de atividade. Além disso, indica para o mercado o pertencimento à determinada entidade representativa, agregando valor, atraindo e fidelizando consumidores. Para os produtores e prestadores de serviço que fazem parte de uma marca coletiva, há ainda mais vantagens, tais como dividir os gastos com divulgação, como propaganda e marketing; ter a entrada facilitada em novos mercados; valorização da cultura local e o estímulo para maior organização dos processos dentro das entidades.

Para a obtenção de uma Marca Coletiva recomendamos a elaboração de um plano de trabalho que envolva a governança e os demais atores envolvidos na produção do Mel buscando cumprir, preliminarmente, os seguintes desafios:

- a) Como primeiro passo recomendamos a criação de um grupo gestor para orientar os passos seguintes relativos a esta Marca Coletiva (MC). Este grupo deverá buscar conhecimento sobre os conceitos sobre o tema, esclarecer os mecanismos necessários de controle, buscar parceiros que possam auxiliar em um processo de estruturação, envolver os atores que pertencem esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.

- b)** Fortalecer a criação de uma organização que disponha de mecanismos específicos de controle que possam cumprir as necessidades de uma Marca Coletiva observando as necessidades estruturais que possam realizar trabalhos de representatividade.
- c)** Os padrões de qualidade do mel bem como os fatores que contribuem para tal qualidade e abundância na produção de mel devem ser mantidos, constantemente melhorados, controlados e evidenciados pela entidade reguladora desta Marca Coletiva, para tanto, é necessário um aperfeiçoamento nos controles internos e de rastreabilidade com o intuito de unificar estes dados e disponibilizar ao mercado.
- d)** Em paralelo à estruturação de uma Marca Coletiva é primordial que seja realizado, concomitantemente, um trabalho minucioso de branding buscando evidenciar os reais diferenciais e com foco nos mercados que se pretende atingir em um projeto de longo prazo.
- e)** Independentemente e em paralelo ao processo de Marca Coletiva, orientamos que seja debatido e questionado a possibilidade de essa região poder compor a região geográfica da IP Mel do Oeste do Paraná (já reconhecida) pois além da intenção exposta na reunião pelo presidente da Coofamel (substituta processual desta IP), existe ainda a evidência que esta região contribuiu e contribui, de fato, para a tipicidade, qualidade e notoriedade da IP Mel do Oeste do Paraná.

#### 4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS

Nesta avaliação para o Mel do Parque do Iguaçu, analisamos a possibilidade de conflito com outros sinais distintivos, especialmente marcas registradas, atentando aos direitos anteriormente adquiridos por terceiros.

Em consulta ao banco de dados do INPI, observando o princípio da anterioridade, não encontramos registro de marca com o sinal distintivo “Mel do Parque do Iguaçu” e nenhum processo registrado ou em andamento com o sinal distintivo “Mel da Fronteira” (conforme anexo), como segue abaixo:

Logo, com base nesta avaliação, orientamos o registro da Marca Coletiva com o sinal distintivo “Mel do Parque do Iguaçu” pois não encontra obstáculos em face dos registros marcários já existentes (conforme anexo).

## 5. REFERÊNCIAS

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BRASILEIRA. INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, SEBRAE. Brasília, 2010.

BRASIL. Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm)>. Acesso em: 02 abr. 2020.

INPI. Instrução Normativa Nº 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

<<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

# ANEXOS