

**Proteção das  
Indicações Geográficas  
quando utilizadas  
como ingredientes**



**Marcos Fabrício Welge Gonçalves**  
**29 de novembro de 2024**

# **Proteção das Indicações Geográficas quando utilizadas como ingredientes**

- **Collab de marcas e marca ingrediente**
- **Direito coletivo e exclusivo das IGs**
- **Normas de rotulagem**
- **Código de Defesa do Consumidor**
- **Aproveitamento parasitário**
- **Estudo de casos práticos**

Collab de  
marcas.



Contrato  
entre as  
marcas  
para o  
uso.



**Sem a devida autorização não se pode explorar a fama da marca alheia, mas não há impedimento para usar o produto da marca como ingrediente.**



# **E as Indicações geográficas?**

## Bens móveis

### Lei da Propriedade Industrial

**Art. 2º.** A **proteção dos direitos relativos à propriedade industrial**, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

(...)

**IV** - repressão às falsas indicações geográficas; e

**Art. 5º.** Consideram-se **bens móveis**, para os efeitos legais, **os direitos de propriedade industrial**.

### Código Civil

**Art. 82.** São móveis os bens suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, sem alteração da substância ou da **destinação econômico-social**.

## Direito Exclusivo e Coletivo

### O art. 182 da LPI:

O uso da indicação geográfica é restrito (**exclusivo**) aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local (**coletivo**), exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade

Essa **exclusividade** é o resultado de uma proibição que atinge a todos, com exceção do titular (coletividade).

As IGs como **direito coletivo** fortalecem as associações, os produtores, valorizando a região.

### Funções jurídicas:

- Proteção do nome geográfico,
- distintividade; e qualitativa.



**Tendo em vista a fragilidade da proteção conferida às indicações geográficas, nos socorremos de outros institutos.**

## DAS NORMAS DE ROTULAGEM

A **Resolução ANVISA RDC n. 727**, de 1 de julho de 2022, estabelece o Regulamento Técnico sobre rotulagem de alimentos embalados.

**O art. 4** estabeleceu que a rotulagem dos alimentos embalados **não pode apresentar no rótulo** sinais, denominações, ilustrações, símbolos ou outras representações gráficas que possam tornar a informação falsa, incorreta, insuficiente, ou que possa induzam o consumidor a equívoco, erro, confusão ou engano, em relação a verdadeira natureza, procedência, tipo, qualidade, etc.

**O art. 5** proibiu expressamente o uso das denominações geográficas de um país, de uma região ou de uma população, reconhecida como lugares onde são fabricados alimentos com determinadas características, na rotulagem ou na propaganda de alimentos fabricados em outros lugares quando possam induzir o consumidor em erro, equívoco ou engano.

## O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Dentre os direitos básicos do consumidor, estabelecidos no **art. 6 do CDC**, se encontram o **direito à informação adequada** e clara e a **proteção contra a publicidade enganosa e abusiva**.

***Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.***

***§1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.***

**Anota-se que o conceito de publicidade enganosa é amplo e flexível.** Mesmo que parte da informação seja verdadeira, ela não é permitida, por ser enganosa.

## **DO APROVEITAMENTO PARASITÁRIO**

O aproveitamento parasitário ocorre quando um empresário quer tirar partido da reputação de terceiro, do produto, de elementos ou qualidades, ou mais concretamente, o resultado do trabalho alheio, que não lhe pertence.

Há aproveitamento parasitário quando um empresário usa de sinais, emblemas, insígnias, nomes geográficos e outras alusões.

Com isso, diminui a distância entre esses dois produtos, criando associação entre os dois, fazendo crer que ambos são da mesma origem, possuem as mesmas características ou tipicidades.

Porém, o uso da IG como ingrediente em produto que não atenda os padrões ou requisitos de qualidade pode acarretar prejuízo aos produtores detentores do direito da IG.

O aproveitamento da fama ou notoriedade da IG, por um terceiro estranho, é ato manifestamente contrário às normas e aos usos honestos.

Neste sentido, há uma violação de um direito autônomo (o uso restrito e o aproveitamento da fama ou reputação do bem imaterial), configurando o ilícito.

No aproveitamento parasitário há um ilícito tipificado no art. 884 do Código Civil.

***Art. 884. Aquele que, sem justa causa, se enriquecer à custa de outrem, será obrigado a restituir o indevidamente auferido, feita a atualização dos valores monetários.***

O fundamento do enriquecimento sem causa é locupletar-se às custas do outro.

Ressalva-se, por fim, que o uso indevido da reputação da IG, como produto ingrediente, pode ter por consequência o enfraquecimento do sinal distintivo e a sua possível diluição com o passar do tempo.

# Casos concretos

**Pimenta de Espelette** é uma especialidade francesa, da região basca, cultivada na cidade de mesmo nome. É uma pimenta vermelha de cor vermelho vivo e tem origem controlada (natura, em corda e em pó).

Syndicat du Piment d'Espelette AOP  
EZPELETAKO BIPERRAREN SINDIKATUA

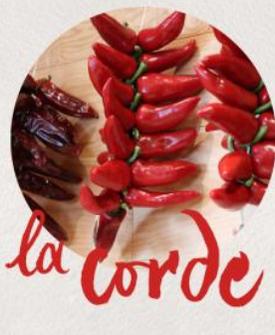


### LOS 3 TIPOS DE PIMIENTO DE EZPELETA



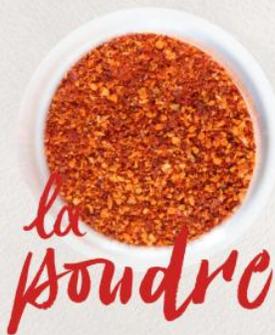
PIMIENTO FRESCO ENTERO

El pimiento de Espeleta fresco entero es el fruto sin procesar, sin coloración verde, de forma regular y cónica, con una piel lisa y una longitud de entre 7 y 14 cm sin contar el pedúnculo. Está destinado a los profesionales (productores, transformadores) para su transformación en pimentón y productos derivados.



CUERDA DE PIMIENTO DE EZPELETA

Incluye un mínimo de 20 pimientos hasta un máximo de 100 pimientos rojos, de tamaño uniforme, entre 7 y 14 cm del tallo. Atados a mano en la granja, los pimientos frescos enteros se ensartan por el tallo en una cuerda para su uso alimentario.



PIMIENTON DE EZPELETA

El pimiento de Espeleta en polvo tiene un color entre naranja y marrón rojizo y se caracteriza por una intensidad olfativa en la que predominan los aromas afrutados, de parrilla y/o de heno, combinados con un picor fuerte pero no abrasador, más o menos duradero en el paladar y que se expresa de forma progresiva y/o con una sensación de calor. En boca, el pimentón de Espeleta puede tener una nota dulce y/o un toque de amargura.



# Empresa lança sorvete de Champagne

Sorvete tem cerca de 37% de Champagne e custa £ 5

por **Redação**

Para aplacar o calor do verão, uma empresa lançou um sorvete de Champagne. Chamado de Pops, o produto feito pela Edina and Patsy of Absolutely Fabulous custa £ 5 (cerca de R\$ 19) e é composto por 37% de Champagne.



## Ingredients

marc de champagne (1%),

## **Regulamento Europeu 2024/1143, relativo às indicações geográficas para o vinho, as bebidas espirituosas e os produtos agrícolas.**

A IG que designa um produto utilizado como ingrediente de um produto transformado pode ser utilizada na denominação desse produto transformado, na sua rotulagem ou no seu material publicitário, sempre que

- I** - O produto transformado não contenha qualquer outro produto comparável ao ingrediente designado pela indicação geográfica;
- II** - O ingrediente designado pela indicação geográfica seja utilizado em quantidades suficientes para conferir uma característica essencial ao produto transformado em causa; e
- III** - A percentagem do ingrediente designado pela indicação geográfica no produto transformado seja indicada no rótulo

O Agrupamento deve ser notificado previamente desse uso, deve-se comprovar os requisitos acima, e o agrupamento pode celebrar contratos específicos sobre aspectos técnicos, visuais e outro, na rotulagem ou no material publicitário.

Mundovino

# Champagne vence mais uma e empresa terá que mudar o nome do seu sorbet

Aldi Süd na Alemanha vendia o Champagne Sorbet

por **Arnaldo Grizzo**



A empresa não poderá utilizar o termo "Champagne" no seu produto

O sabor era descrito como “Champagne Sorbet” e vendido pela Aldi Süd na Alemanha. Mas agora o Supremo Tribunal Regional de Munique diz que o nome não pode ser usado.

A decisão talvez tenha demorado, pois a Aldi já não vende mais o produto. De acordo com os documentos do tribunal, trata-se de um sorvete vendido pela Aldi no final de 2012, que continha cerca de 12% de Champagne entre seus ingredientes.

O tribunal questionou se o sorvete tinha, “como uma de suas características essenciais, um sabor atribuível principalmente à presença de Champagne”. Um porta-voz de Aldi Süd disse que o sorvete estava “disponível como produto promocional em dezembro de 2012” e não foi mais vendido desde então.

Champanhe goza do status de nome protegido pela legislação da União Europeia, e o Comité Champagne tem um histórico de defesa vigorosa contra possíveis infrações em todo o mundo.

# Whopper Costela, sem costela: Burger King é condenado a pagar R\$ 200 mil por 'publicidade enganosa'

Frente às reclamações e ao caso na Justiça, o Burger King explicou aos seus consumidores quais são os reais ingredientes do hambúrguer e excluiu o produto de seu cardápio



Burger King: hambúrguer, apesar de levar o nome de costela, na verdade, usa somente paleta suína e aroma de costela suína: King/ Reprodução/YouTube)



## Ingredientes

Ingredientes: açúcar, pasta de cacau, manteiga de cacau, leite em pó integral, vinho do Porto, creme vegetal, álcool de cereais, emulsificante lecitina de soja, conservador sorbato de potássio e aromatizante. ALÉRGICOS: CONTÉM DERIVADOS DE LEITE E SOJA. PODE CONTER AMENDOIM, AMÊNDOAS, AVELÃ, CASTANHA-DE-CAJU, CASTANHA-DO-BRASIL, MACADÂMIA, NOZES E PISTACHE. CONTÉM LACTOSE. NÃO CONTÉM GLÚTEN.



### MOLHO DE PIMENTA COM CACHAÇA DE MORRETES

A lenda do Fantasma da Central é cercada de muita história e mistério, este molho releva todo o sabor e tradição da famosa e legítima cachaça morretiana.

**CACHAÇA DE MORRETES** – A presença marcante da tradicional e premiada cachaça morretiana é a principal característica deste incrível molho.

- . 100% NATURAL – Nossos molhos são produzidos sem a adição de corantes, conservantes aromas e sabores artificiais.
- . ARTESANAL, MESMO! – Não é balela: toda produção da Brutos é realmente orquestrada manualmente pelo nosso mestre pimenteiro.
- . **ARDÊNCIA MODERADA.**
- . SEM CONSERVANTES E SEM CORANTES.
- . 180 ml.

Ingredientes: vinagre de álcool, cebola, polpa de tomate, cachaça, cenoura, pimenta dedo de moça, sal light, alho granulado e especiarias.





Institui os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas e dispõe sobre sua finalidade, direito de uso e formas de utilização.

Art. 2º Os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas constituem bens públicos e têm como finalidade contribuir para a identificação das Indicações Geográficas pelos consumidores e pelo público em geral, bem como promover as regiões reconhecidas como Indicações Geográficas e valorizar seus respectivos produtos e serviços.

Art. 3º O uso dos Selos Brasileiros de Indicações Geográficas é facultativo, gratuito e restrito aos produtores e prestadores de serviços que tenham direito ao uso da Indicação Geográfica já registrada no INPI, devendo, quando utilizados, ser acompanhados pelos signos distintivos da respectiva Indicação de Procedência ou da Denominação de Origem.

Art. 4º O uso dos Selos Brasileiros de Indicação Geográfica somente será autorizado aos produtores e aos prestadores de serviços estabelecidos na área delimitada da respectiva Indicação Geográfica, desde que cumpram as disposições do caderno de especificações técnicas e estejam sujeitos ao controle definido.

Art. 6º O uso dos Selos Brasileiros de Indicações Geográficas não exime os produtores e prestadores de serviços de observar as obrigações legais para a produção e a comercialização dos produtos ou prestação dos serviços por eles assinalados, conforme legislação específica.

Art. 7º Os casos omissos serão decididos pelo Presidente do INPI e pelo Diretor de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas.

**Dois advogados, três opiniões distintas!**

**É permitido o uso de IGs como ingredientes?**

**O uso da IG como ingrediente de forma APELATIVA, na embalagem do produto ou propaganda, deve ter autorização da entidade representativa ou do produtor individual (devidamente identificado).**

**O uso da IG como ingrediente não pode ser abusiva ou causar prejuízo aos titulares.**

***“O Brazil não conhece o Brasil, o Brasil nunca foi ao  
Brazil”.***

**Querelas do Brasil, Música de Aldir Blanc.**