



SÉRIE DE INOVAÇÕES PAFO-COLEAD :

Inovações e sucessos de PMEs e organizações de produtores africanos

SESSÃO N.º 22

Da quinta para a mesa: Êxitos dos produtos ligados à origem em África

Terça-feira, 4 de março de 2025 - 12:00-14:00 UTC

Online ([Zoom](#))

Interpretação disponível em inglês, francês e português

1. Contexto

Numa época em que os consumidores estão cada vez mais conscientes da origem dos seus alimentos, os produtos ligados à origem estão a ganhar um impulso significativo. Esta mudança representa uma grande oportunidade para os produtores - em especial as pequenas empresas e as empresas rurais das indústrias agro-alimentares e criativas - que já não precisam de competir em termos de preço com produtos genéricos e produzidos em massa. Em vez disso, são valorizados pelo seu artesanato e especialização na produção de produtos tradicionais com qualidades, atributos e reputações distintivas profundamente enraizadas no conhecimento ancestral e nas características únicas do seu local de origem.

Instrumentos como as indicações geográficas (IG), os rótulos de qualidade e os consórcios de origem permitem aos produtores captar o valor acrescentado dos seus produtos únicos, assegurando simultaneamente a proteção do seu património.

Para além dos benefícios financeiros, as IG desempenham um papel vital na promoção de práticas agrícolas sustentáveis, incentivando métodos de produção tradicionais e respeitadores do ambiente. Para os produtores africanos, isto traduz-se na preservação da biodiversidade, na redução do impacto ambiental e na promoção de técnicas agrícolas sustentáveis. Além disso, a procura crescente de produtos sustentáveis aumenta a comercialização dos produtos com certificação IG, abrindo portas a consumidores ecologicamente conscientes e a mercados de primeira qualidade em todo o mundo.

Reconhecendo o potencial transformador das IG na promoção do crescimento económico, na salvaguarda dos conhecimentos tradicionais e na expansão das oportunidades comerciais, a União Africana (UA) desenvolveu um quadro estratégico para promover e regulamentar as IG em todo o continente. Esta estratégia alinha-se com os objectivos mais amplos de integração económica de África, em particular no âmbito da Zona de Comércio Livre Continental Africana (ZCLCA), e visa capacitar os produtores locais, preservando simultaneamente o rico património cultural e agrícola do continente.

2. Definições e âmbito de aplicação

Uma indicação geográfica (IG) é "um sinal utilizado em produtos que têm uma origem geográfica específica e possuem qualidades ou uma reputação, ou outras características essencialmente atribuíveis a essa origem". Para funcionar como IG, um sinal deve identificar um produto como sendo originário de um determinado local.

As indicações geográficas são normalmente utilizadas para produtos agrícolas, géneros alimentícios, vinhos e bebidas espirituosas, artesanato e produtos industriais.¹ Ao protegerem o nome e os métodos de produção tradicionais, as IG ajudam a preservar séculos de património cultural e de conhecimento artesanal, muitas vezes encapsulados no conceito de "terroir". Os exemplos incluem o queijo Parmigiano-Reggiano de Itália, o champanhe de França e o chá Darjeeling da Índia. Estes produtos são frequentemente produzidos através de métodos tradicionais transmitidos ao longo de gerações, garantindo a preservação dos seus atributos únicos.²

As IG proporcionam proteção jurídica contra a utilização indevida e a imitação de produtos. Esta proteção garante que apenas os produtores autorizados na área geográfica designada podem utilizar o rótulo de IG, salvaguardando a reputação e a qualidade do produto. Além disso, as IG podem facilitar o acesso aos mercados internacionais, cumprindo as rigorosas normas de qualidade e de origem exigidas por muitos países.

O termo "indicações geográficas", no seu sentido lato, inclui uma variedade de conceitos utilizados em tratados internacionais e jurisdições nacionais/regionais³, tais como: (i) AO - denominação de origem é definida no Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e seu Registo Internacional e no Ato de Genebra do Acordo de Lisboa sobre Denominações de Origem e Indicações Geográficas; (ii) IG - indicação geográfica (bebidas espirituosas) é definida no Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (TRIPS) e no Ato de Genebra do Acordo de Lisboa sobre as Denominações de Origem e Indicações Geográficas; (iii) DOP - denominação de origem protegida (alimentos e vinhos) e IGP - indicação geográfica protegida (alimentos e vinhos), são termos utilizados na União Europeia (UE).

O estatuto DOP exige que todas as fases de produção ocorram numa região definida, ao passo que a IGP exige que pelo menos uma fase de produção seja local, garantindo assim que o produto mantém a sua identidade regional.

Outros regimes de qualidade da UE colocam a tônica no processo de produção tradicional ou nos produtos fabricados em zonas naturais difíceis, como as montanhas ou as ilhas.⁴

O sucesso das Indicações Geográficas (IG) depende dos esforços colectivos dos produtores e de outros intervenientes importantes na cadeia de valor. A credibilidade de um sistema de IG depende também de mecanismos rigorosos de controlo interno e externo que garantam a autenticidade do produto e a confiança dos consumidores. Os produtos IG estão profundamente enraizados nas suas comunidades e o seu sucesso depende da sua capacidade de gerar e distribuir de forma justa o valor ao longo da cadeia de valor. Isto é conseguido através da governação da cadeia de valor local, onde todos os intervenientes relevantes - produtores, transformadores, distribuidores e outros participantes - estão representados nas associações que supervisionam a gestão da IG. Ao promover a inclusão e a responsabilidade partilhada, as IG tornam-se ferramentas poderosas para o crescimento económico sustentável, a preservação cultural e a diferenciação do mercado.⁵

As IG, reconhecíveis por um logótipo, por um sinal distintivo ou pela inscrição do local de origem no rótulo, tranquilizam os consumidores, que as entendem como um sinal de qualidade e autenticidade. Quanto aos produtores, dispõem de um meio legal para proteger o seu produto e lutar contra esta fraude, graças à proteção jurídica concedida pelos Estados.

¹ Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). <https://www.wipo.int/en/web/geographical-indications>

² [Indicadores Mundiais de Propriedade Intelectual 2024: Destaques - Indicações Geográficas Destaques](#)

³ Diferenças entre IG, AO, DOP e PG. [Comissão Europeia. Indicações geográficas e regimes de qualidade](#)

⁴ Comissão Europeia. [Indicações geográficas e regimes de qualidade explicados](#)

⁵ Monique Bagal, Massimo Vittori e Luis Fernando Samper. [Manual das Indicações Geográficas em África](#). EUIPO. 2023.

De acordo com a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), das 58.600 IGs em vigor em 2023, as economias de rendimento médio superior representavam 52,2% do total mundial, seguidas das economias de rendimento alto (42,9%), das economias de rendimento médio inferior (4,8%) e das economias de rendimento baixo (0,1%). Em termos de distribuição regional, a Europa foi a região com mais IG em vigor, com 52,5%, seguida da Ásia (39,5%), Oceânia (3,6%), América do Norte (2,8%), América Latina e Caraíbas (ALC) (1,6%) e África (0,2%). A quota da ALC foi inferior à dos anos anteriores devido à falta de dados relativos ao Chile e ao México, que têm ambos um número substancial de IG em vigor no seu território. De todas as IG em vigor, os vinhos e bebidas espirituosas (48,1%) representam quase metade do total global de 2023, enquanto os produtos agrícolas e géneros alimentícios representam 44,8% e o artesanato 4,2% do total.⁶

3. Processo de registo

Vários tratados internacionais tratam parcial ou totalmente da proteção das indicações geográficas ou denominações de origem.⁷ Nos termos do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC) da Organização Mundial do Comércio (OMC), todos os países membros da OMC são obrigados a fornecer meios legais eficazes para proteger as IG. A Organização Regional Africana da Propriedade Intelectual (ARIPO) facilita o registo e a proteção das IG em vários Estados africanos. A Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle/Organização Africana da Propriedade Intelectual (OAPI), que abrange principalmente a África francófona, supervisiona o exame dos pedidos de IG e o seu registo e publicação, em conformidade com o Acordo de Bangui que cria uma Organização Africana da Propriedade Intelectual. Até novembro de 2021, a OAPI registou 6 IG *sui generis* - Poivre de Penja, Oku White honey (Camarões), Café Ziama Macenta (Guiné-Conacri), Ananas du Pain de sucre du Plateau d'Allada-Bénin, Kilichi du Niger, Oignon Violet de Galmi - e algumas marcas geográficas coletivas no seu sistema. Os membros da OAPI têm duas opções para proteger os produtos locais: as marcas colectivas e um sistema *sui generis*. A cebola roxa Galmi (do Níger), a Belle de Guinée (da Guiné) e a chalota Dogon (do Mali) estão registadas como marcas colectivas no OAPI, enquanto a pimenta Penja (dos Camarões), o mel branco Oku (dos Camarões) e o café Ziama-Macenta (da Guiné) estão registados como IG. Os exemplos de produtos com IG dos Estados membros da OAPI podem ser associados ao apoio externo, especialmente da França.⁸ Enquanto a primeira IG africana foi registada em 2010 no âmbito de um sistema *sui generis* (Argane, Marrocos), até 2021, cerca de 200 indicações geográficas tinham sido registadas em todo o continente africano.⁹

No âmbito do sistema de direitos de propriedade intelectual da UE, as denominações dos produtos registados como IG estão legalmente protegidas contra a imitação e a utilização indevida na UE e em países terceiros, sempre que tenha sido assinado um acordo de proteção específico. Para todos os regimes de qualidade, as autoridades nacionais competentes de cada país da UE tomam as medidas necessárias para proteger as denominações registadas no seu território. Os nomes de produtos não europeus também podem ser registados como IG se o seu país de origem tiver um acordo bilateral ou regional com a UE que preveja a proteção mútua desses nomes. As IG pedidas e inscritas nos registos da União podem ser consultadas no eAmbrosia (a base de dados oficial dos registos de IG da UE), enquanto as IG da UE e de países terceiros protegidas por acordos podem ser consultadas no portal Gliview. Os produtos que estão a ser considerados ou aos quais

⁶ Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) (2024). Indicadores Mundiais de Propriedade Intelectual 2024.

⁷ Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). <https://www.wipo.int/en/web/geographical-indications>

⁸ O OAPI colaborou e recebeu assistência técnica de várias instituições francesas para promover as IG, incluindo o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), o Instituto Nacional de Origem e Qualidade (INAO), o Centro Francês de Investigação Agrícola para o Desenvolvimento Internacional (CIRAD) e a Agência Francesa de Desenvolvimento (AFD) (Dagne, 2016). Titilayo Adebola. A construção jurídica das indicações geográficas em África. The Journal of World Intellectual Property. 2022

⁹ Manual de indicações geográficas em África. Monique Bagal, Massimo Vittori e Luis Fernando Samper Primeira edição março de 2022 Segunda edição abril de 2023.

foi concedido o reconhecimento de IG são inscritos nos [registos de indicações geográficas](#). Os registos incluem igualmente informações sobre as especificações geográficas e de produção de cada produto. [Registos de indicações geográficas - Comissão Europeia](#).

Existem quatro formas principais de proteger uma indicação geográfica: sistemas *sui generis* (ou seja, regimes especiais de proteção); utilização de [marcas coletivas ou de certificação](#); métodos centrados nas práticas comerciais, incluindo sistemas administrativos de aprovação de produtos; e através de legislação sobre concorrência desleal. Em termos gerais, as indicações geográficas são protegidas em diferentes países e sistemas regionais através de uma grande variedade de abordagens e, frequentemente, utilizando uma combinação de duas ou mais das abordagens acima descritas. Estas abordagens foram desenvolvidas de acordo com diferentes tradições jurídicas e num quadro de condições históricas e económicas individuais.¹⁰

Na União Europeia, em 13 de maio de 2024, entrou em vigor o [novo regulamento relativo às IG](#)¹¹ para o vinho, as bebidas espirituosas e os produtos agrícolas, bem como as especialidades tradicionais garantidas e as menções qualitativas facultativas para os produtos agrícolas. O novo regulamento reforça e melhora o sistema de IG existente, introduzindo um quadro jurídico único e um procedimento de registo simplificado e abreviado; aumentando a proteção das IG como ingredientes e em linha; reconhecendo práticas sustentáveis: os produtores poderão agora valorizar as suas acções em matéria de sustentabilidade ambiental, económica ou social e capacitando os grupos de produtores.

4. Oportunidades e desafios dos produtos ligados à origem para os empresários africanos

- Oportunidades dos produtos ligados à origem para os empresários africanos

Durante anos, as indicações geográficas (IG) impulsionaram a inovação a vários níveis¹² : (i) **inovação social**: As IG promovem modelos de governação únicos, em que são envidados esforços conjuntos para gerir direitos de propriedade intelectual colectivos; (ii) **inovação política**: As IG realçaram a necessidade de colaboração entre os sectores público e privado para garantir a sua proteção; (iii) **inovação técnica**: As IG implicam a identificação e a codificação de conhecimentos especializados, como as práticas agronómicas, os métodos de produção e a seleção de variedades e raças.

O principal impacto económico das IG reside na sua capacidade de obter **preços mais elevados e mercados de primeira qualidade**. De acordo com a Comissão Europeia, os valores de venda dos produtos com IG duplicam, em média, "os de produtos semelhantes sem proteção IG". Esta diferenciação não só aumenta as vendas, como também promove a fidelidade à marca entre os consumidores que valorizam a autenticidade e a qualidade. Este preço mais elevado não só beneficia os produtores individuais, como também estimula as economias locais de uma determinada região. Em 2020, a Comissão Europeia informou que o seu mercado de produtos com IG tinha um valor de vendas de 74,76 mil milhões de euros, sendo que mais de 20 % deste montante resultava de exportações para fora da UE.¹³

¹⁰ Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). <https://www.wipo.int/en/web/geographical-indications>

¹¹ [Regulamento \(UE\) 2024/1143](#) do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de abril de 2024, relativo às indicações geográficas dos vinhos, das bebidas espirituosas e dos produtos agrícolas, bem como às especialidades tradicionais garantidas e às menções qualitativas facultativas dos produtos agrícolas, que altera os Regulamentos (UE) n.º 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e revoga o Regulamento (UE) n.º 1151/2012.

¹² Conferência da FAO. "Perspectivas Mundiais sobre Indicações Geográficas - inovações e tradições para a sustentabilidade" <https://www.fao.org/newsroom/detail/global-conference-on-geographical-indications-opens-in-rome/en>

¹³ Comissão Europeia: Direção-Geral da Agricultura e do Desenvolvimento Rural, *Estudo sobre o valor económico dos regimes de qualidade da UE, das indicações geográficas (IG) e das especialidades tradicionais garantidas (ETG) - Relatório final*, Serviço das Publicações, 2021, <https://data.europa.eu/doi/10.2762/396490>

Os produtos ligados à origem desempenham um papel crucial na **preservação do património cultural**. Os métodos tradicionais utilizados na sua produção estão muitas vezes profundamente enraizados na história e na cultura das suas regiões. Ao manterem estas práticas, os produtores ajudam a preservar a sua identidade cultural. Esta preservação cultural não é apenas importante para as próprias regiões, mas também acrescenta valor aos produtos aos olhos dos consumidores que procuram experiências autênticas e culturalmente ricas.¹⁴ Ao protegerem e promoverem produtos ligados a regiões específicas, as IG ajudam a preservar os conhecimentos tradicionais e os métodos de produção, que muitas vezes são transmitidos de geração em geração, e podem levar à criação de emprego e reduzir o êxodo rural, como se verifica com produtos como o Cabrito de Tete moçambicano e o mel branco Oku dos Camarões.¹⁵

Apesar da proliferação das IG, os estudos que as associam a aspectos da **sustentabilidade** são ainda escassos.¹⁶ Muitos produtos ligados à origem são produzidos utilizando práticas sustentáveis que foram aperfeiçoadas ao longo dos séculos e envolvem frequentemente métodos respeitadores do ambiente, como a agricultura biológica, que ajuda a manter a biodiversidade e a reduzir a pegada ambiental da agricultura. Por exemplo, a produção de óleo de argão em Marrocos envolve métodos de colheita tradicionais que apoiam a conservação das árvores de argão e do ecossistema local.

- Desafios dos produtos ligados à origem para os empresários africanos

Apesar do seu sucesso, os produtos ligados à origem enfrentam vários desafios que podem impedir o seu crescimento e sustentabilidade. Estes desafios incluem o risco de imitação, a fraca proteção jurídica, os elevados custos de certificação, as complexidades regulamentares, as questões de governação e as vulnerabilidades ambientais.

Uma das principais ameaças aos produtos ligados à origem é a imitação não autorizada e a utilização indevida. Sem quadros jurídicos sólidos, a **contrafação e a concorrência desleal** podem corroer o valor destes produtos. As grandes empresas ou os concorrentes estrangeiros podem explorar nomes de produtos bem conhecidos sem beneficiar os produtores locais, o que leva à diluição do mercado e à perda de autenticidade. Muitos países africanos não dispõem de legislação sólida nem de mecanismos de aplicação para salvaguardar as IG e outros produtos ligados à origem. A capacidade institucional limitada dificulta frequentemente a prevenção da utilização não autorizada de nomes de IG, deixando os pequenos produtores vulneráveis à exploração.

Além disso, os **litígios internacionais sobre nomes geográficos** criam complicações adicionais. Enquanto a UE protege fortemente as IG, países como os EUA e a Austrália argumentam que certos nomes se tornaram genéricos e já não devem ser protegidos. Estas posições contraditórias fazem com que seja difícil para os produtores africanos obterem reconhecimento global e proteção jurídica para os seus produtos.

A obtenção da certificação de IG é um **processo dispendioso e complexo**, que pode ser particularmente pesado para os pequenos produtores. Muitos não dispõem dos conhecimentos jurídicos e dos recursos financeiros necessários para navegar no processo de registo, o que dificulta a proteção e a comercialização eficazes dos seus produtos.

Além disso, o cumprimento dos regulamentos em matéria de rotulagem, segurança e rastreabilidade exige um esforço técnico e um investimento financeiro significativos. Os pequenos produtores e os empresários rurais debatem-se frequentemente com estes requisitos, o que lhes dificulta a concorrência nos mercados nacionais e internacionais.

¹⁴ https://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/files/MethodologyEN_01.pdf

¹⁵ <https://developmentreimagined.com/geographical-indications/>

¹⁶ FAO. [Indicações Geográficas Ambiente & Sustentabilidade \(GIES\): Uma iniciativa inovadora para promover a investigação científica para um desenvolvimento equilibrado](#). 2022.

Silvia Falasco, Paola Caputo, Paola Garrone, Can Geographical Indications promote environmental sustainability in food supply chains? Insights from a systematic literature review, Journal of Cleaner Production, Volume 444, 2024,141100,ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141100>

Marja Zattoni Milano, Ademir Antonio Cazella, [Environmental effects of geographical indications and their influential factors: A review of the empirical evidence](#), Current Research in Environmental Sustainability, Volume 3, 2021, 100096, ISSN 2666-0490,

A natureza colectiva das IG significa que os produtores devem chegar a acordo sobre normas partilhadas e estruturas de governação. No entanto, chegar a um consenso pode ser política e socialmente complexo. A decisão sobre os limites geográficos exactos de uma IG pode dar origem a conflitos. Alguns produtores podem ser excluídos se não cumprirem critérios específicos, mesmo que historicamente tenham utilizado o nome do produto. Esta exclusão pode criar tensões e percepções de injustiça nas comunidades de produtores. Nalguns casos, a propriedade governamental de IG culturalmente significativas pode levar a conflitos com as comunidades indígenas ou locais que tradicionalmente produziram esses produtos. **Estruturas de governação claras e um processo de decisão inclusivo são essenciais para evitar litígios.**

Muitos produtos africanos ligados à origem dependem de condições climáticas e geográficas específicas, o que os torna altamente vulneráveis às **alterações climáticas e à degradação ambiental**. A alteração dos padrões climáticos, a degradação dos solos e a escassez de água constituem ameaças para produtos como o café da Etiópia, o chá Rooibos da África do Sul e o óleo de argão de Marrocos. A desflorestação, a má gestão dos solos e a expansão urbana reduzem ainda mais a disponibilidade de recursos naturais essenciais para a manutenção dos métodos de produção tradicionais.

5. Caminho a seguir

Os produtos ligados à origem são poderosos motores de desenvolvimento económico, preservação cultural e capacitação rural. No entanto, para libertar plenamente o seu potencial, são essenciais protecções legais mais fortes, apoio financeiro, governação inclusiva e estratégias de resistência às alterações climáticas. A eliminação destes obstáculos garantirá que as comunidades locais recebam benefícios justos, salvaguardando simultaneamente o rico património agrícola e cultural de África.

Ao tirar partido das qualidades únicas e do património dos seus produtos, as empresas africanas podem diferenciar-se no mercado global, proteger a sua propriedade intelectual e estimular o crescimento económico local. medida que a sensibilização e o apoio às Indicações Geográficas (IG) continuam a aumentar, os produtores africanos têm imensas oportunidades de beneficiar desta forma de proteção da propriedade intelectual. No entanto, a concretização deste potencial exige uma forte liderança e empenho político, um rico património agrícola e culinário, o apoio de organizações internacionais e a presença de sectores industriais estruturados. Além disso, as tecnologias modernas e as estratégias de marketing inovadoras podem melhorar a rastreabilidade e a autenticidade, reforçando a confiança dos consumidores e a procura de produtos ligados à origem.

Com a Zona de Comércio Livre Continental Africana (ZCLCA) como a maior zona de comércio livre do mundo, a população crescente de África, as classes média e alta em ascensão e a procura crescente de produtos de alta qualidade apresentam oportunidades comerciais ilimitadas. Ao dar prioridade a ecossistemas de IG robustos, as nações africanas podem capitalizar a marca baseada na proveniência e aproveitar as IG como uma categoria fundamental de direitos de propriedade intelectual (DPI) que contribui substancialmente para o crescimento económico regional.¹⁷

Pontos-chave para o debate:

- Que oportunidades oferecem os produtos ligados à origem às PME africanas?
- Que inovações são necessárias para que as PME africanas possam desenvolver com êxito produtos ligados à origem?
- Como é que as PME africanas podem tirar partido da ZCLCA para alargar o acesso ao mercado dos produtos ligados à origem?

¹⁷ Titilayo Adebola. [A construção jurídica das indicações geográficas em África](#). The Journal of World Intellectual Property. 2022.

Adebola, Titilayo, Mapping Africa's Complex Regimes: Rumo a um AfCFTA centrado em África Propriedade Intelectual, (IP), Protocolo (22 de dezembro de 2020). Volume 1, (2020) Jornal Africano de Direito Económico Internacional, 233-290. Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3920541>

SÉRIE DE INOVAÇÕES PAFO-COLEAD :

Inovações e sucessos de PMEs e organizações de produtores africanos

SESSÃO N.º 22

Da quinta para a mesa: Éxitos dos produtos ligados à origem em África

Terça-feira, 4 de março de 2025 - 12:00-14:00 UTC

Online ([Zoom](#))

Interpretação disponível em inglês, francês e português

Agenda

12:00-12:10 Introdução:

- *Jeremy Knops, Delegado Geral, COLEAD*
- *Dr. Babafemi Oyewole, Diretor Executivo, PAFO*

Moderador: *Isolina Boto, Diretora de Redes e Alianças,*

12:10-12:45 Painel: Da exploração agrícola à mesa: Éxitos dos produtos ligados à origem em África

Os membros do painel partilharão a sua experiência no desenvolvimento de SIG em África.

- *Tahiro Kanoute Pape, Diretor Executivo, ETDS, Senegal: o caso do Gl madd de Casamance,*
- *Florent Faya Leno, Diretor Técnico, ADECAM, Guiné: o caso do café Ziama de Macenta*
- *Jean-Marie Sop, Secretário-Geral, Associação de Promoção da IGP Pimenta da Penja, Camarões*

12:45-13:20 Debatedores

Os peritos partilharão as suas ideias sobre a forma como apoiam o desenvolvimento das IG africanas.

- *Benjamin Vallin, responsável pelas relações internacionais (DG AGRI), Comissão Europeia*
- *Anne Chetaille, chefe da equipa de projectos agrícolas e florestais, AFD*
- *Monique Bagal, Perita em IG, Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO)*

13:20-13:50 Debate

13:50-14:00 Principais pontos a reter e conclusão



Este evento foi organizado no âmbito do programa Fit For Market+ implementado pelo COLEAD no quadro da cooperação para o desenvolvimento entre a Organização dos Estados de África, das Caraíbas e do Pacífico (OEACP) e a União Europeia (UE).

Esta publicação foi produzida com o apoio financeiro da UE e do OEACP. O conteúdo é da exclusiva responsabilidade do COLEAD e não pode, de forma alguma, ser considerado como reflectindo as opiniões da UE ou do OEACP.