Ana Soeiro™
Engª Agrónoma e Consultora
Qualificação de Produtos Tradicionais

IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA DA PROTECÇÃO DOS PRODUTOS TRADICIONAIS PORTUGUESES

A valorização comercial dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios que, ou pela sua origem ou pelos seus modos particulares de produção, se distinguem dos produtos similares correntes no mercado pode constituir um contributo significativo para a melhoria dos rendimentos dos produtores e para a salvaguarda da genuinidade de recursos importantes das regiões desfavorecidas e dos modelos de agricultura extensivos aí existentes e, por vezes, predominantes.

Portugal, tal como a maioria dos povos e culturas mediterrânicos, possui um rico património de produtos agrícolas e agro-alimentares cujas características qualitativas são devidas quer à sua origem geográfica quer ao seu modo particular de produção, baseado em hábitos ancestrais e em métodos locais, leais e constantes.

Este património representa um dos traços fundamentais da nossa identidade cultural como povo e como nação pelo que importa salvaguardá-lo e transmiti-lo às gerações futuras.

Numa época em que as fronteiras políticas e económicas tendem a esbater-se, este elemento diferenciador e identificador assume uma importância acrescida.

Mas, para além das componentes culturais e históricas, os produtos agrícolas e agro-alimentares com características qualitativas especiais podem ter um papel relevante numa perspectiva de desenvolvimento rural, constituindo um elemento estruturante da política agrícola.

Rua Plácido de Abreu, nº 8 4º Dto Algés
1495-152 Lisboa Portugal
TM + 351 96 581 99 36 T. + 351 21 4100940 qualificanasoeiro@gmail.com

Numa conjuntura de acentuada e crescente liberalização dos mercados importa desenvolver uma estratégia que conduza ao reforço da competitividade dos produtos e das empresas portuguesas, à melhoria da organização das fileiras agro-alimentares e a uma maior participação dos produtores agrícolas de base na transformação e comercialização dos seus produtos.

É neste contexto que se tem revelado da maior importância a existência de 3 instrumentos jurídicos comunitários que em muito têm contribuído (e se espera que ainda mais venham a contribuir) para ajudar a desenvolver a estratégia atrás referida.

De facto, a protecção das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (Regulamento CEE n.º 2081/92), a atribuição de Certificados de Especificidade (Regulamento CEE n.º 2082/92) e o modo de produção biológico e a sua indicação nos produtos agrícolas e nos géneros alimentícios (Regulamento CEE n.º 2092/91) têm vindo a revelar-se como instrumentos estruturantes da produção e valorizadores das produções agrícolas.

Para além do valor que em si mesmo encerra o facto de se encontrarem protegidos os nomes dos produtos (geográficos ou tradicionais), tem sido também extremamente valorizador o facto de os respectivos produtores se encontrarem consciente e objectivamente inseridos dentro de uma regra de produção que eles mesmos ajudaram a construir e a fixar, obrigando-se voluntariamente ao seu cumprimento.

Já são patentes os efeitos benéficos destes instrumentos comunitários quer ao nível da melhoria das condições de produção de alguns produtos, quer ao nível da adesão de um número significativo de produtores, quer ao nível do respeito pelas condições naturais de produção e respeito pelo ambiente quer, ainda, ao nível da melhoria dos rendimentos dos produtores.

Mas é ao nível da comercialização que os progressos são, talvez, ainda mais significativos. A melhoria da apresentação comercial, o cuidado nas

embalagens e rotulagem dos produtos, a utilização de técnicas modernas de comercialização e publicidade começam a ser patentes.

É significativo o número crescente de estruturas comerciais, incluindo grandes superfícies, interessadas nestes produtos, não só pelo valor que em si mesmo encerram mas, também, pelo facto de servirem como "chamariz" da política de qualidade prosseguida por algumas dessas empresas.

Em síntese, a **protecção das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas tem tido efeitos extremamente benéficos,** já que permite utilizar **a QUALIDADE como uma estratégia para o mercado e possibilita a:**

- ✓ **revalorização dos recursos** humanos e materiais, locais e regionais;
- ✓ aquisição de dimensão competitiva através da **concentração da oferta**;
- ✓ **modernização** tecnológica, mantendo o respeito pelas **práticas tradicionais e pela qualidade anunciada**;
- ✓ desenvolvimento de **técnicas de comercialização** apropriadas capazes de **evidenciar,** junto dos consumidores nacionais e estrangeiros, a **qualidade, a origem e a tradicionalidade** de tais produtos;
- ✓ capacidade quantitativa para corresponder a um **mercado que procura e paga** produtos que **se apresentem e sejam** "naturais", "com origem conhecida" , de "qualidade", etc

E se é verdade que alguns dos produtos protegidos já dispõem de uma reputação consagrada pelos consumidores, também é verdade que começam a acontecer as "primeiras" falsificações, os usos abusivos de nomes protegidos, o uso indevido de nomes geográficos, as falsas alegações relativas à proveniência do produto e as imitações de rótulos e de apresentação comercial.

Estas e outras situações são sempre prejudiciais quer se encarem do ponto de vista dos produtores quer do ponto de vista dos consumidores, pelo que são sistematicamente combatidas pelos Agrupamentos de produtores e pelos serviços oficiais responsáveis.

No entanto, os consumidores têm também um papel importante, alertando para situações que encontrem, não adquirindo os produtos em caso de dúvida e procurando informar-se sobre os produtos que beneficiam, de facto, de uma verídica e merecida protecção.

Sendo obviamente importante travar, de imediato, este tipo de iniciativas, também é verdade que nalguns casos se pode afirmar *que "é o preço a pagar pela notoriedade e reputação*". Além de que só normalmente os produtos com valor e qualidade são imitados.

Por outro lado também se tem demonstrado extremamente valorizador o facto de todos os produtos abrangidos por estes sistemas voluntários estarem sujeitos a um sistema de controlo levado a efeito por organismos privados.

Estes organismos privados de controlo (OC) são especificamente reconhecidos e acompanhados pela Administração Pública mas são indigitados pelos Agrupamentos e Organizações que produzem os bens em causa.

Nestas circunstâncias, estão particularmente bem posicionados para efectuarem as acções de controlo, dada a proximidade que têm em relação aos produtores e dado o conhecimento que têm das realidades locais.

Também os OC podem assumir papel relevante e estratégico na valorização dos produtos tradicionais, já que ao cumprirem rigorosamente as funções para as quais foram indigitados e reconhecidos ajudam a disciplinar a produção e garantem aos consumidores que estão perante um produto genuíno o com a qualidade esperada.

De facto, também para os consumidores é importante terem à sua disposição produtos reconhecidamente tradicionais, com características de qualidade reportadas quer à região onde têm a sua origem quer ao seu modo de produção particular. Mas, mais importante ainda é que os consumidores reconheçam estes produtos para os poderem adquirir e valorizar.

Para que possam ser reconhecidos, estes produtos apresentam-se no mercado com a rotulagem habitual para o tipo de produto, acrescida da menção Denominação de Origem ou Indicação Geográfica e, ainda, com a MARCA de Conformidade do OC, se tiverem sido cumpridas todas as regras de produção que lhe são próprias.

Desta MARCA deve constar o nome do produto, o nome do Organismo de Controlo e um número de série, para efeitos de controlo e rastreabilidade.

A qualificação dos produtos agrícolas e agro-alimentares, através do uso de uma Denominação de Origem ou de uma Indicação Geográfica ou da atribuição de um Nome Específico ou do uso controlado de uma Menção Valorizadora relacionada com o modo de produção particular, **constitui um instrumento valorativo importante, sobretudo quando a QUALIDADE é encarada como uma estratégia para o mercado**.

Em síntese, a valorização dos produtos agrícolas e agro-alimentares passa pela aquisição de dimensão competitiva através da concentração da oferta, modernização tecnológica e valorização dos recursos humanos e do desenvolvimento de técnicas de comercialização apropriadas, capazes de salientarem, junto dos consumidores nacionais e estrangeiros, a qualidade, a origem, a tradicionalidade ou os modos particulares de produção de tais produtos.

Como elemento potenciador e como estratégia estruturante, os sistemas comunitários de protecção das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas, da atribuição de Certificados de Especificidade e de regulamentação do modo de produção biológico constituem actualmente dispositivos de inegável valor e de grande aplicabilidade.

ANA SOEIRO

Janeiro de 1996

Rua Plácido de Abreu, nº 8 4º Dto Algés
1495-152 Lisboa Portugal
TM + 351 96 581 99 36 T. + 351 21 4100940 qualificanasoeiro@gmail.com