FUNDAMENTOS

La indicación geográfica (IG) es una herramienta que transparenta la procedencia de los productos agrícolas, los alimentos, los vinos y las bebidas espirituosas, la artesanía y los productos industriales.

En el caso del vino identifica el corte de uva utilizado, las características geográficas del lugar, el modo de elaboración y los componentes de cada vino. En cada una de las etiquetas, las bodegas brindan a través de la indicación geográfica un sello de calidad. Esta distinción persigue un doble objetivo: por un lado, que la persona que elige determinada botella sepa de manera fehaciente los pormenores de su bebida; y por otro, que el trabajo de las empresas dedicadas a la vitivinicultura sea valorado y respetado.

Muy propagado en el Viejo Mundo, el sistema de indicación geográfica ha ido incorporándose en otras partes del mundo, donde las legislaciones locales debieron ser modificadas para adaptarse a los estándares internacionales. Pese a lo antiguo del sistema y al arraigo de normativa vigente, algunas empresas internacionales buscan sacar rédito a costa del prestigio y el trabajo ajenos.

En todo el territorio argentino ya existe un centenar de orígenes aprobados. Un caso paradigmático es Paraje Altamira, que recibió su aprobación en 2016 y que fue el puntapié inicial para el surgimiento de otras.

Diversas son las regiones a lo largo y ancho de nuestro país en las que los productores vitivinícolas se esmeran para lograr un producto de calidad y, a su vez, que refleje las condiciones propias de cada lugar. Es por eso que la indicación geográfica juega un papel preponderante a la hora de posicionar los vinos y otros productos en el mercado nacional, regional e internacional.

Entre las más recientes, cinco indicaciones geográficas han sido reconocidas. Ellas son Trevelin (Patagonia, 2020), IG San Pablo (Valle de Uco, 2019), Pampa El Cepillo (Valle de Uco, 2019), Los Chacayes (Valle de Uco, 2017) y Quebrada de Humahuaca (Jujuy, 2015).

Valiéndose de las indicaciones geográficas, los productores de buscan generar un producto diferencial.

Al momento del dictado de la ley 22.362 (Ley de Marcas, enero de 1981) en nuestro país no existía una

regulación interna específica acerca de la denominaciones de origen ni de identificación de procedencia, pero al haber ratificado el Convenio de París, que sí las incluye dentro de los objetos de protección, el tema estaba contemplado en el plano de la ley 22.802 (Ley de Competencia desleal, mayo de 1983). Ese fue el puntapié inicial que allanaría el camino para su reconocimiento en nuestro ordenamiento jurídico.

La ley 25.163 -VINOS Y BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE ORIGEN VINICO-fue sancionada en septiembre de 1999 y promulgada en octubre de ese año. Esta norma estableció los lineamientos para la presentación de los vinos y bebidas espirituosas de origen vínico de la Argentina. Asimismo fijó las pautas para la indicación de procedencia (IP), indicación geográfica (IG) y la denominación de origen controlada (DOC), a la vez que suscribió al Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) promulgado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) cinco años antes, en 1994.

Asimismo, el decreto 57/2004, que reglamentó la ley 25.163, dispuso taxativamente cómo se debe proceder en los casos que una marca comercial coincida con una indicación de procedencia, geográfica o denominación de origen. "Cuando la IP, IG, o DO que se intenta registrar sea idéntica o similar a la de una marca registrada con anterioridad (a la entrada en vigencia de la ley), para distinguir producto de naturaleza u origen vitivinícola, la Autoridad de aplicación (el INV) solo podrá admitir su registro siempre que exista autorización expresa del titular de la marca.

"Siendo "Patagonia" una indicación geográfica reconocida por la legislación de Argentina, y que solo el vino originado en la Patagonia debería ser considerado como tal, ningún privado, sea argentino o extranjero, puede legítimamente apropiarse de un concepto que solo corresponde a los productos de la región y es parte del patrimonio cultural y geográfico de nuestro país y de cuyo uso podrían beneficiarse terceros recogiendo los frutos comerciales del prestigio alcanzado por los productos de la región", sostuvo el presidente de la Cámara de Bodegas Exportadoras de la Patagonia Rubén Patritti.

Es así, que la Cámara de Bodegas Exportadoras de la Patagonia ya ha advertido que distintas empresas estadounidenses, chilenas, chinas y españolas perseguían el fin de registrar vinos con la misma denominación en sus propios países.

Es así que en enero de 2022, a razón del reclamo incoado por la CÁMARA BODEGAS EXPORTADORAS DE LA

PATAGONIA ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL, solicitando al INV que se expida sobre el alcance y vigencia de PATAGONIA como Indicación Geográfica (IG), en los términos de la Ley N° 25.163 y los períodos de vigencia de la misma; el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) dicta la Resolución 1/2022 de fecha 20/01/2022.-

Dicho acto administrativo, en su parte pertinente considero que: " … así entonces y del simple análisis e interpretación de los antecedentes largamente expuestos ut supra, y atento a que ha removido el obstáculo previsto por el Artículo 32, inciso c) de la Ley N° 25.163, debe aclararse que la Indicación Geográfica PATAGONIA ha sido reconocida por la Resolución N° C.37/02 y a partir del dictado de la Resolución N° C.10/09 la expresión PATAGONIA ARGENTINA es sinónimo de la expresión PATAGONIA para la individualización de la Indicación Geográfica pertinente. "Que habiéndose removido el obstáculo legal previsto por el Artículo 32, inciso c) de la Ley N° 25.163, debe aclararse que la Indicación Geográfica PATAGONIA, reconocida en fecha 16 de diciembre de 2002 por la Resolución N° C.37, puede individualizarse indistintamente como INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) PATAGONIA o INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) PATAGONIA ARGENTINA.

Que atento lo expuesto, corresponde dictar un acto administrativo, no constitutivo de derechos, aclarando que la IG PATAGONIA fue reconocida en los términos del Artículo 4° de la Ley N° 25.163 desde el día 16 de diciembre de 2002 por la Resolución N° C.37 y que puede individualizarse indistintamente como IG PATAGONIA o IG PATAGONIA ARGENTINA"

Y a consecuencia resolvió: "Aclarase que la INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) PATAGONIA ha sido reconocida en los términos del Artículo 4° de la Ley N° 25.163 y por tanto se encuentra protegida de conformidad con dicha norma, desde el día 16 de diciembre de 2002, por la Resolución N° C.37 del INSTITUTO NACIONAL DE VITIVINICULTURA (INV) y puede individualizarse indistintamente como INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) PATAGONIA o INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) PATAGONIA ARGENTINA".-

A estas acciones, se han ido sumando la suscripción de convenios que transparentan el mismo interés de defender la IG.-

En tal sentido, la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) firmó un convenio con la Cámara de Bodegas Exportadoras de la Patagonia Argentina. El acuerdo es de colaboración y los productores de la región aspiran a que se traduzca en un respaldo económico que les permita enfrentar las demandas que están interponiendo en los

países en que ambas firmas –Concha y Toro y Patagonia Inc.– buscan ingresar sus productos que llevan en sus etiquetas la identificación Patagonia.

Por otro lado las provincias de Río Negro, Neuquén, Chubut y La Pampa, junto a la Cámara de Bodegas Exportadoras de la Patagonia y a la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) firmaron un convenio de cooperación con el cual se busca defender la marca Patagonia Argentina, impulsando a los gobiernos provinciales a reforzar todos los mecanismos de protección de la marca que realizan desde hace años, en particular, las bodegas de la región.

Asimismo, es un objetivo común de los actores ya mencionados, perfeccionar una participación activa del gobierno nacional para que, todos los productos oriundos de la región Patagónica, tengan una protección de coyuntura, también para con el plano internacional, institucionalizando de esta forma, la defensa de los mismos.

Es por esto que se enfoca el interés en que se dicte un Decreto Presidencial que declare a la Patagonia como zona geográfica estratégica, y Emblema Nacional.

Esa determinación fortalecería las acciones de promoción de la IG de los distintos productos de la región, tales como los productos agrícolas, los alimentos, los vinos y las bebidas espirituosas, la artesanía y los productos industriales, en los mercados internacionales.

Por consiguiente la protección que se está buscando tiene que ver con una protección de todos los productos que quieran utilizar la marca Patagonia en los mercados externos, y así lograr tener una ventaja comparativa, respecto de los competidores.

Por ello,

Autoría: Lucas R. Pica y Juan Elbi Cides.

Legislatura de la Provincia
de Río Negro

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

C O M U N I C A

Artículo 1°.- Al Poder Ejecutivo Nacional declare a la Patagonia como zona geográfica estratégica y Emblema Nacional.

Artículo 2°.- De forma.