
QCCA – QUALIFICAR OS CIRCUITOS CURTOS AGROALIMENTARES



Um guia de apoio



Financiado pelo Programa de Desenvolvimento Rural 2020 (PDR2020), aprovado no âmbito da Assistência Técnica da Rede Rural Nacional - Área 3 área temática dos Circuitos Curtos Agroalimentares.



Código do Projeto: PDR2020-2023-045894

Índice

1.	Preâmbulo	3
2.	Portugal e as Produções Tradicionais Portuguesas.....	6
3.	Qualificar Qualificar Qualificar	11
3.1	As Marcas Colectivas	11
3.2	Os Regimes de Qualidade da União Europeia	14
3.3	Critérios para Qualificação de Produtos – o exemplo da marca colectiva ÉQUALIFICADO.....	23
3.3.1	Produto Tradicional.....	24
3.3.1.1	Queijo Tradicional Português.....	25
3.3.1.2	Doçaria Conventual Portuguesa.....	26
3.3.1.3	Doçaria Tradicional Portuguesa	27
3.3.1.4	Produtos Tradicionais Portugueses à base de Carne	28
3.3.1.5	Doces de fruta Tradicionais Portugueses.....	30
3.3.2	Gastronomia Nacional.....	33
3.3.2.1	Produto da gastronomia nacional.....	34
3.4	Produto ou Prato Gastronómico Tradicional, com Inovação.....	35
3.5	Qualificação de Modos de Produção – exemplo da marca colectiva ÉQUALIFICADO ..	36
3.5.1	Produto da Quinta.....	36
3.5.2	PRODUTO DA MONTANHA.....	37
3.6	A Qualificação no Circuito Comercial para utilização da Marca Colectiva ÉQUALIFICADO	40
3.6.1	Estabelecimentos Comerciais ou Lojas	40
3.6.2	Certames (Feiras, Mostras, Apresentações, Concursos, Provas, Cozinha ao vivo e similares)	41
3.6.3	Circuitos curtos alimentares e ou não alimentares.....	43
4.	Bons Exemplos / Boas Práticas de recuperação e valorização de produtos e pratos gastronómicos	46
4.1	Concurso Sabores Quase Perdidos/Sabores Quase Esquecidos	46
4.2	Concursos de Produtos Tradicionais Portugueses	47
4.3	Município de Castelo Branco.....	49
4.4	Município de Mértola.....	49
4.5	Município de Odivelas.....	52
4.6	Município de Oliveira de Azeméis.....	52

4.7 Município de Portalegre.....	55
4.8 Município de Torres Vedras	57
4.9 Município de Vinhais.....	58
5. Bons Exemplos / Boas Práticas de aproximação de produtores e consumidores em Feiras de Produtos Locais	59
5.1 Feira de Produtos da Terra – Torres Novas	59
5.2 CCA - Mercado Eco Rural de Ourém.....	60
6. PTPT.PT - uma ferramenta de comunicação que aproxima produtores e consumidores ..	60
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65

1. Preâmbulo

A globalização dos mercados agro-alimentares, a evolução tecnológica registada na agricultura e nas agro-indústrias, o consumo exponencial dos recursos naturais, a vulnerabilidade às alterações climáticas, entre muitos outros factores, contribuem para inúmeras alterações determinantes da forma como se valoriza o acesso a alimentação segura e de qualidade, e como se encara o futuro dos sistemas alimentares, em geral, e dos produtos tradicionais em particular. O crescimento da população mundial, a urbanização, o desperdício alimentar, as crises humanitárias, e especialmente a crescente literacia alimentar dos consumidores conduz também à exigência de mais garantias de segurança alimentar e nutricional, e apela ao fornecimento, pelos produtores e distribuidores, de evidências credíveis da origem sustentável das matérias-primas utilizadas e de demonstração das condições sociais e ambientais em que os alimentos são produzidos e comercializados. Acresce assim o potencial de intervenção que os Circuitos Curtos Agro-alimentares (CCA), enquanto formas alternativas à comercialização convencional de produtos agrícolas e agro-alimentares, que envolvem a venda directa ou no máximo um intermediário. Os benefícios percebidos a nível social, económico e ambiental reavivaram o interesse na adopção de diversas modalidades deste modelo de abastecimento. A pandemia SARS-CoV-2 também impulsionou a dinamização destas práticas, primeiro porque os compradores ficaram mais limitados aos produtos disponibilizados na sua proximidade geográfica e, também, pelos incentivos promovidos pela administração central e pelas autarquias e associações, com o objectivo de apoiar a produção local e o consumo de proximidade. Ainda que tenham surgido com a evolução da Política Agrícola Comum (PAC), os CCA permaneceram, por muito tempo, como um assunto marginal no sistema agro-alimentar¹ como referido pelo Comité das Regiões (2011). O conceito de CCA foi revisto pela União Europeia (UE)² em 2013, combinando as dimensões físicas e sociais para delinear um circuito curto de comercialização de produtos agro-alimentares como “uma cadeia de abastecimento que envolve um número limitado de operadores económicos, comprometidos com a cooperação, o desenvolvimento económico local, caracterizado pelas estreitas relações geográficas e sociais entre

¹ Ruivo, P.L. & Carvalho, J. (2017). Gestão de mercados de proximidade – o desafio de preparar o caminho. Revista da UIIPS, 5(2), 71-77.

² Comissão Europeia [CE]. Regulamento (UE) n.º 1305/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, relativo ao apoio ao desenvolvimento rural pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER) e que revoga o Regulamento (CE) n.º 1698/2005 do Conselho

produtores, transformadores e consumidores”. No período 2014-2020, a UE definiu como prioridade no apoio ao desenvolvimento rural, a promoção da organização de cadeias alimentares, especialmente através do desenvolvimento de mercados de produtores locais e dos circuitos curtos de agro-alimentares. Mais recentemente, o contributo dos CCA para uma agricultura mais ecológica, em cumprimento dos objectivos do *Green Deal*, e para a resiliência dos sistemas agro-alimentares no contexto da crise CoVID-19, mostrou-se ser absolutamente consensual. Os esforços de comercialização de produtos agrícolas e agro-alimentares em circuitos curtos são determinantes para que se atinja o objectivo 12 da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, Produção e Consumo Sustentáveis, ajudando a garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis³. De forma mais indirecta, e em maior ou menor grau, esta alternativa contribui para atingir outros objectivos de desenvolvimento sustentável (ODS) nomeadamente: 2 – Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável, 11 - Cidades e comunidades sustentáveis: tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis e 13 – Ação climática: adoptar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos. Os trabalhos recentes tendem a concordar sobre os benefícios sociais dos CCA, mas alertam para resultados ainda muito heterogéneos, especialmente no que é passível de ser realizado na dimensão da saúde e bem-estar. Em Portugal, as organizações com responsabilidade na área agrícola e agro-alimentar, como o Ministério da Agricultura, e estruturas dele dependentes, como a Rede Rural Nacional, exprimem em numerosos documentos e discursos a necessidade de implementar políticas que encorajem a criação e a dinamização dos CCA, de forma a facilitar a venda directa aos consumidores, por exemplo através dos mercados de produtores. Não se verifica, no entanto, a flexibilidade necessária correspondente à aplicação de medidas práticas que não só prestem apoio aos pequenos e médios produtores que optem por este modelo, mas também que se constituam como incentivo aos consumidores para comprarem em CCA. Mostram-se necessárias indicações claras, e concretas, que facilitem o acesso ao mercado ao invés da legislação publicada vir a agravar os constrangimentos múltiplos e incontroláveis com que os produtores agrícolas e pecuários já se debatem a nível do escoamento das suas produções, na promoção das mesmas e nas actividades de comercialização para as quais, na maioria das vezes, não se encontram capacitados. Por outro lado, é da maior importância não defraudar os consumidores, oferecendo-lhes ao longo do tempo e de acordo com a estação do ano, produtos que sejam percebidos como produzidos nas “imediações” dos consumidores, cuja qualidade

³ ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL (ONUDI), (2020). Les circuits courts pour la valorisation des produits agroalimentaires sur les marchés locaux. Disponível em https://www.unido.org/sites/default/files/files/2021-01/SHORT_FOOD_SUPPLY_CHAINS_FR.pdf

inspire confiança e que sejam disponibilizados através de circuitos comerciais também eles seguros, credíveis e fiáveis. Actualmente já existem muitos bons exemplos de iniciativas que funcionam neste modelo de CCA, mas são ainda inúmeros os obstáculos que impedem o seu desenvolvimento. O desafio é explicar a lacuna entre os discursos e as práticas, apoiando os agricultores na construção ou no reforço das suas relações com os consumidores, mobilizando todos os actores do território para o apoiarem, em prol do desenvolvimento local. Os conceitos constantes da legislação em vigor em Portugal deveriam ser revistos e concretizados para tornar mais claras as definições e tornar mais simples a tarefa de produtores e de consumidores, valorizando real e efectivamente certos produtos em detrimento de outros. Sobretudo a definição de produto tradicional deveria ser acrescida de critérios de qualidade, de autenticidade e de biodiversidade, para que se pudessem distinguir claramente tais produtos dos produtos comuns, comercializados em qualquer loja, independentemente da sua dimensão, ou mesmo, da sua tipologia física ou electrónica.

No âmbito da iniciativa Qualificar os Circuitos Curtos Agro-alimentares, promovida pela QUALIFICA/oriGIn Portugal e financiada no âmbito do PDR2020, foram identificadas modalidades de circuitos curtos de comercialização que podem contribuir para valorizar os produtos tradicionais, sendo apresentados neste documento critérios de qualificação de produtos e de certames (Feiras, Mostras, Apresentações, Lojas, Concursos, Prova, Cozinha ao vivo e Similares), de forma a desenvolver modelos de apoio técnico na intensificação de estratégias de diferenciação territorial, com base nos produtos locais e tradicionais, reforçando a sua base identitária e patrimonial.

2. Portugal e as Produções Tradicionais Portuguesas

A valorização comercial dos produtos agrícolas e agro-alimentares 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 dos processos produtivos existentes em determinadas regiões.

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... e assume uma importância acrescida numa época em que as fronteiras políticas e económicas tendem a esbater-se.

Numa conjuntura de acentuada e crescente liberalização dos mercados importa desenvolver uma estratégia que conduza à criação de mercados, 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.

Bom seria que os consumidores portugueses (re)começassem a chamar e a pedir os produtos pelos seus NOMES!

E isto porque há Produtos Tradicionais Portugueses que, ao longo de décadas, senão mesmo de séculos, pela forma local, leal e constante com que são produzidos, têm vindo a granjear tal reputação que são mesmo conhecidos pelos seus nomes. Moura ou Trás-os-Montes para azeites, Serra da Estrela ou São Jorge para queijos, Barrosã, Mertolenga ou Lafões para carne bovina, Algarve para citrinos, Elvas para ameixas, Cova da Beira para cerejas, Serra da Lousã ou Parque de Montesinho para méis, Barrancos para presunto, Portalegre ou Vinhais para enchidos, são exemplos vivos dos muitos nomes de produtos tradicionais portugueses que se encontram nestas circunstâncias.

Tradicionalmente, o abastecimento dos mercados era feito com base nos recursos locais. Havia, assim, conhecimento específico sobre a origem dos produtos bem como épocas bem vincadas de comercialização de diferentes produtos ao longo do ano. A reputação de muitos dos nossos melhores produtos foi-se, assim, conquistando ao longo dos tempos. O consumidor estava disponível para pagar o justo preço por produtos com uma qualidade particular, associada a uma origem geográfica que conhecia e “pedia” pelo nome.

Mais recentemente, a necessidade de abastecer os mercados ao longo de todo o ano, obrigou ao recurso a espécies muito produtivas e a regiões produtoras cada vez mais longínquas. Os produtos tendem a assemelhar-se cada vez mais, perderam a tipicidade e o carácter distintivo, uniformizaram-se no sabor e perdeu-se a noção importante de “época própria para consumo”.

A qualidade organoléptica destes produtos piorou ou, pelo menos, massificou-se, porque o melhoramento genético se concentrou no aumento da produtividade e na resistência às doenças e porque os produtos têm que ser obtidos por forma a resistir ao transporte e durar mais tempo nas prateleiras dos supermercados.

Contudo, está-se, de novo, a assistir a uma procura de produtos com uma qualidade assente em factores naturais. Muitos consumidores recomeçam a procurar produtos de qualidade, chamando-os pelos “seus nomes”, preferindo pagar pela sua efectiva qualidade ligada a uma origem e a um “saber fazer” naturalmente e historicamente conhecidos. Reportamo-nos, claro, à protecção das Indicações Geográficas (IGs)⁴ e aos produtos por elas abrangidos.

As Indicações Geográficas são figuras da Propriedade Intelectual mundialmente reconhecidas, designadamente, pelo seu papel na valorização dos recursos locais, pela capacidade de induzirem uma maior e melhor organização dos seus produtores, pela sustentabilidade da grande maioria dos sistemas de produção que apoiam e valorizam, pela protecção da biodiversidade, pela criação de emprego em zonas consideradas como “difíceis”, pela capacidade de se destacarem no mercado e pela capacidade de atraírem consumidores próximos e longínquos.⁵

No entanto, em Portugal, no sector agro-alimentar, assiste-se a uma dramática redução do número de IGs a serem real e efectivamente utilizadas, a uma diminuição do número de produtores que delas beneficiam e a um “apagamento”, no mercado, dos produtos que por elas deveriam ser

⁴ Ao longo deste Guia e salvo quando expressamente indicado, por IGs deve entender-se o conjunto constituído pelas Indicações Geográficas e Denominações de Origem relativas a produtos agro-alimentares, a vinhos e outros produtos vitivinícolas, a vinhos aromatizados, a bebidas espirituosas e a produtos não alimentares, artesanais ou não.

⁵ Os parágrafos anteriores foram extraídos de textos diversos, publicados ou não, entre 1999 e a presente data, sendo autora Soeiro, Ana. A sua reprodução total ou parcial sem autorização ou sem referência à autoria será considerada plágio, sendo accionados os mecanismos legalmente previstos.

beneficiados. Bastará verificar o recente Estudo⁶ produzido a pedido da Comissão Europeia e do qual constam alguns números bem significativos, designadamente: Portugal, no sector agro-alimentar, dispõe de 136 produtos com nome protegido, o que representa cerca de 10% do total de produtos com nome protegido na UE. No entanto, como se pode ver no mesmo estudo, o valor de vendas representa apenas 0,7% do valor de vendas de produtos com IG na UE.

Atente-se que a Itália tem pouco mais do dobro de produtos com nome protegido (22%) do total de produtos com nome protegido na UE. Só que esses produtos representam mais de 28% do valor de vendas na UE, ou seja, o número de produtos cujo nome é uma IG duplica, mas o valor de vendas é multiplicado mais de 30 vezes. E em França o número de IGs é 1,5 vezes superior ao português, mas com um valor de vendas 20 vezes superior!

Realce-se também que um pouco por todo o Mundo – desde a Tailândia, Vietname, Camboja, Índia, Paquistão e Indonésia, até à África do Sul, Moçambique, Marrocos e outros países africanos, Brasil e outros países da América do Sul e Central, Canadá a até mesmo a Rússia parece terem descoberto o efeito potenciador das IGs no Mundo Rural, alimentar e não alimentar, assistindo-se não só à melhoria do conhecimento dos conceitos e do papel primordial que têm os Agrupamentos de Produtores gestores das IGs mas também ao efectivo registo de IGs e aumento da comercialização de produtos (em quantidade e em valor) por elas abrangidos.

Significativo ainda é a adesão por um número crescente de países ao Acto de Genebra relativo ao Acordo de Lisboa⁷, gerido pela OMPI/WIPO⁸, o qual permite um registo rápido, económico e praticamente simultâneo das IGs nos países ou nos espaços económicos aderentes (caso da União Europeia, por exemplo). Este registo assume valor importante já que permite obter protecção jurídica das IGs registadas num número crescente e já muito importante de países, diminuindo os processos de natureza jurídica, os perigos de fraudes e contrafacções nos negócios internacionais e as tentativas de registos de marcas parasitas.

Em Portugal, seria importante fazer uma séria reflexão neste domínio e dotar o ordenamento jurídico nacional de instrumentos legais e meios técnicos e humanos capacitados, que permitissem:

- O fluxo normal e a transparência no registo de IGs,
- A melhoria do desempenho dos Agrupamentos de Produtores,

⁶ Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs) (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a7281794-7ebe-11ea-aea8-01aa75ed71a1>)

⁷ Mais informação em <https://www.wipo.int/lisbon/en/#>

⁸ OMPI/WIPO – Organização Mundial da Propriedade Intelectual (<https://www.wipo.int/portal/en/index.html>)

- A efectiva valorização dos produtos abrangidos, com distribuição equitativa das mais valias geradas ao longo de toda a cadeia produtiva e não apenas pelos comerciantes,

- A efectiva fiscalização do mercado, incluindo o electrónico, como forma de proteger e combater as fraudes e abusos sobre as IGs, que lesam indiscriminadamente produtores e consumidores.

Neste documento pretende-se identificar boas práticas de produção e comercialização de produtos tradicionais, alavancadas nos benefícios⁹ dos CCA e nas oportunidades que podem preencher com criação de valor para as comunidades e para o território.

Estes produtos, profundamente relacionados com a cultura, com o respeito pelo passado, pela história e garante da manutenção da tradição são, inegavelmente, parte da identidade regional e nacional que importa comunicar. Neste documento para além das boas práticas de comercialização de produtos tradicionais, aponta-se um bom exemplo de uma ferramenta que potencia a sua divulgação e que agiliza a sua venda. No trabalho desenvolvido, prévio à elaboração deste guia, ficou clara a necessidade de se conhecer inequivocamente os conceitos e critérios de qualificação com que se pretende estar no mercado, contribuindo para o correcto posicionamento com que os produtos e para a sua clara diferenciação junto dos consumidores.

“O conceito de “produto tradicional” na legislação comunitária e nacional”¹⁰, não se encontra devidamente explicitado. Embora seja referido o conceito quer no Regulamento 1151/2012, relativo aos regimes de qualidade¹¹, quer no art.º 7º do Regulamento (CE) n.º 2074/2005¹² permitindo algumas derrogações à regulamentação sobre a higiene, o que é facto é que não existe uma definição clara e precisa. A nível nacional, o Decreto-Lei nº 110/2002 relativo ao estatuto do artesão e da unidade produtiva artesanal refere por diversas vezes o conceito de tradicional, mas

⁹ Sousa, S., Soeiro, A., Dias, I., Lourenço, P., Oliveira, M. & Ruivo, P. (2020). Circuitos Curtos Agroalimentares – uma abordagem à sua diversidade. Revista da Unidade de Investigação do Instituto Politécnico de Santarém. Edição Temática: Ciências Naturais e do Ambiente, 8(3), 120- 135. Disponível na internet em <https://doi.org/10.25746/ruiips.v8.i3.21336>

¹⁰ TT 33 “O conceito de “produto tradicional” na legislação comunitária e nacional, disponível em <https://qualificaportugal.pt/publicacoes/textos-tecnicos/>

¹¹ Para efeitos do presente regulamento, entende-se por: ... «Tradicional», utilização no mercado nacional comprovada por um período que permite a transmissão entre gerações; este período deve ser de, pelo menos, 30 anos;”

¹² Para efeitos do presente regulamento, por «alimentos com características tradicionais» entende-se os alimentos que, nos Estados-Membros onde são fabricados tradicionalmente, são: a) Reconhecidos historicamente como produtos tradicionais; ou b) Fabricados de acordo com referências técnicas codificadas ou registadas ao processo tradicional, ou de acordo com métodos de produção tradicionais; ou c) Protegidos como produtos tradicionais por legislação comunitária, nacional, regional ou local.

não o define.¹³ E o Despacho Normativo n.º 9/2015¹⁴ recupera a fraseologia comunitária¹⁵ para “tradicional”, não definindo o conceito, obrigando apenas a que exista uma “utilização no mercado nacional comprovada por um período que permite a transmissão entre gerações; este período deve ser de, pelo menos, 30 anos;

Com esta definição (que aliás não explicita se determina a utilização do produto ou a utilização do nome do produto, o que são coisa bem diferenciadas) qualquer refrigerante de cola, qualquer pizza, qualquer lasanha, qualquer arroz chau-chau e tantos outros produtos...que nada têm que ver com as nossas tradições, mas cujos nomes são utilizados no mercado nacional seguramente há mais de 30 anos e que são consumidos em Portugal também há mais de 30 anos, seriam englobáveis neste conceito.

¹³ Artigo 4.º Conceito - Designa-se por actividade artesanal a actividade económica, de reconhecido valor cultural e social, que assenta na produção, restauro ou reparação de bens de valor artístico ou utilitário, de raiz tradicional ou contemporânea, e na prestação de serviços de igual natureza, bem como na produção e preparação de bens alimentares.

Artigo 5.º Requisitos — A actividade artesanal deve caracterizar-se pela fidelidade aos processos tradicionais, em que a intervenção pessoal constitui um factor predominante e o produto final é de fabrico individualizado e genuíno, sem prejuízo da abertura à inovação consagrada no artigo seguinte.

Artigo 6.º - Abertura à inovação - A fidelidade aos processos tradicionais referida no nº 1 do artigo anterior pode ser compatibilizada com a inovação, desde que sejam respeitadas as exigências ambientais e de saúde pública e os direitos dos consumidores, nos seguintes domínios e condições: Utilização de novas matérias-primas por razões de maior adequação ao resultado final pretendido, desde que, no caso da produção de bens de raiz tradicional, tal substituição não descaracterize o produto e não seja feita na produção e preparação de bens alimentares.

¹⁴ Artigo 2.º Reconhecimento de «alimentos com características tradicionais» ou com «método de produção tradicional» 1 — São considerados como alimentos com características tradicionais ou obtidos com métodos de produção tradicional: a) Os géneros alimentícios que beneficiam da qualificação do nome como «denominação de origem protegida (DOP)» ou como «indicação geográfica protegida (IGP)» ou como «especialidade tradicional garantida (ETG)» ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 1151/2012, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de Novembro (Regulamento (CE) n.º 1151/2012); b) Os géneros alimentícios reconhecidos como alimentos com características tradicionais ou obtidos com métodos de produção tradicional, desde que tenham utilização no mercado nacional comprovada por um período que permita a transmissão entre gerações de, pelo menos, 30 anos, conforme previsto no n.º 3 do artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 1151/2012

¹⁵ Artigo 7º do Regulamento (CE) nº 2074/2005

3. Qualificar ... Qualificar ... Qualificar¹⁶

Perspectivando a necessidade de

QUALIFICAR os CIRCUITOS CURTOS, mas também de **QUALIFICAR os PRODUTOS**, **QUALIFICAR os MODOS DE PRODUÇÃO** e **QUALIFICAR os LOCAIS** e os **MEIOS DE COMERCIALIZAÇÃO**

apresentam-se alguns dos sistemas que podem ser, proveitosamente, utilizados para valorizar toda a cadeia produtiva.

3.1 As Marcas Colectivas

Importa, previamente, fazer referência à possibilidade, que poderá ser estratégica, de registo de uma Marca Colectiva para os produtos a comercializar em circuito curto.

De acordo com o Código da Propriedade Industrial (CPI)¹⁷ uma marca colectiva¹⁸ “*é um sinal determinado pertencente a uma associação de pessoas singulares ou colectivas, cujos membros o usam, ou têm intenção de usar, para distinguir os produtos ou serviços dos membros da associação dos de outras entidades*” (...) “*O registo da marca colectiva dá ao seu titular o direito de disciplinar a comercialização dos respectivos produtos, nas condições estabelecidas na lei, nos estatutos ou nos regulamentos internos*”. Para registar uma marca colectiva, no INPI¹⁹ são necessários os seguintes documentos (nos casos mais simples):

- *uma representação da marca (com as palavras, imagens e desenhos que a compõem e as cores da marca, caso se queiram registar cores)*
- *dos dados de identificação de quem pede o registo (nome, firma ou denominação social, nacionalidade, morada, NIF e email)*

¹⁶ Qualificar significa “apreciar; avaliar; classificar; enobrecer, valorizar; acrescentar valor; dignificar; promover....,

Certificar significa atestar que um produto ou um serviço está de acordo ou conforme a uma norma, regulamento ou documento técnico

¹⁷ Decreto-Lei nº 110/2018, Artigo 214.º e seguintes

¹⁸ Artº 248 e seguintes do Decreto-Lei referido

¹⁹ INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial. O pedido de registo deve preferencialmente ser feito por via eletrónica em <https://servicosonline.inpi.pt/registos/main/start.jsp?timo=M> . Feito por esta via, o custo de registo atualmente é inferior a 150€. Em circunstâncias normais, o tempo que medeia entre o pedido e a concessão é de cerca de 4 meses.

- *da classificação dos produtos ou serviços a que a marca se destina, de acordo com a Classificação de Nice*
- *da indicação das disposições legais ou dos regulamentos internos que disciplinam o uso da marca*
- *a assinatura ou a identificação electrónica do requerente ou do seu mandatário*

Os regulamentos internos a que o INPI alude conforme acima explicitado são de dois tipos:

- O regulamento de utilização da marca colectiva deve explicitar quem tem direito a usar a marca, as condições de filiação na associação proprietária da marca colectiva, as condições em que a marca deve ser utilizada, incluindo as respectivas sanções, o plano de controlo de utilização da marca e os direitos e as obrigações dos interessados no caso de usurpação ou contrafacção.

- O regulamento relativo ao produto ou Caderno de Especificações, o qual deve conter informação sobre o produto, consoante o aplicável; nome do produto, descrição física, química e sensorial, delimitação da área geográfica de produção e ou de transformação do produto, método de obtenção e ou de preparação e ou de transformação e acondicionamento do produto, rastreabilidade, rotulagem. Acessoriamente podem coligir-se elementos históricos e factuais que contribuam para estabelecer a reputação do produto e ou a sua ligação com a região de origem.

A representação da marca é um elemento de grande importância e fulcral na comunicação com o consumidor. Deve incluir o nome do produto ou produtos e uma representação gráfica que o represente, mas não uma fotografia do produto. Case se queiram incluir fotografias de pessoas ou símbolos religiosos ou símbolos nacionais ou de instituições de relevo, há que assegurar a devida autorização das pessoas ou entidades

As marcas colectivas²⁰ podem assumir uma enorme importância para os CCA na medida em que:

- Têm obrigatoriamente que ser registadas por uma “associação” que agrupe os produtores interessados
- Apoiam e alavancam a comercialização dos produtos dos membros da “associação”,

²⁰ A este respeito ver o TT 08 - REGISTO DE NOMES GEOGRÁFICOS OU TRADICIONAIS COMO MARCA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/publicacoes/textos-tecnicos/>

- Obrigam a que se estabeleçam regras que disciplinem a mesma comercialização (qualidade de cada um dos produtos, época de comercialização, normas de comercialização, escolha de embalagens e de rótulos, área geográfica de proveniência dos produtos, ...)
- Obrigam a que seja usada a marca colectiva registada em todos os materiais promocionais da “associação” e dos produtos;
- Obrigam a que a associação se dote de regulamentos de uso e de regras para aplicação de sanções aos membros que não cumpram as regras e que, por tal facto, lesem a associação, os restantes membros e a reputação dos produtos e da própria marca colectiva.

As marcas colectivas podem ser geográficas, o que não é despendendo quando se pretende valorizar o local/região de produção ou começar a construir uma reputação que, posteriormente, venha a fundamentar o pedido de registo de uma Denominação de Origem (DO) ou de uma Indicação Geográfica (IG) ou, até mesmo, de uma Especialidade Tradicional (ET).

Por outro lado, a existência de uma marca colectiva pressupõe que a associação de produtores controle real e efectivamente a qualidade e a origem dos produtos comercializados sob tal marca e faça queixa às autoridades competentes²¹ designadamente:

- Quando haja incumprimentos por parte dos produtores
- Quando entenda que a marca colectiva está a ser usada abusivamente por quaisquer entidades que não pertençam ao Agrupamento
- Quando entenda que a marca colectiva está a ser indevidamente usada em produtos não abrangidos pelo registo
- Quando entenda que a marca colectiva está a ser sujeita a imitações ou quaisquer outros usos abusivos, incluindo a exploração da sua reputação

Todo este trabalho se revela da maior utilidade quando, posteriormente se entende como necessário solicitar o registo de uma IG. A marca colectiva e a sua gestão, uso, controlo e defesa são um bom treino para o futuro.

²¹ Designadamente a ASAE

3.2 Os Regimes de Qualidade da União Europeia

Em sede de qualificação de produtos, através do registo e protecção dos NOMES dos mesmos produtos, a União Europeia dotou-se de regulamentação que visa

“...ajudar os produtores de produtos agrícolas e de géneros alimentícios a comunicar aos compradores e consumidores as características e os atributos ligados ao modo de obtenção desses produtos e géneros alimentícios, garantindo assim:

- a) Condições de concorrência leal para os agricultores e produtores de produtos agrícolas e de géneros alimentícios com características e atributos que ofereçam uma mais-valia;*
- b) A disponibilização aos consumidores de informações fiáveis sobre esses produtos;*
- c) O respeito pelos direitos de propriedade intelectual; e*
- d) A integridade do mercado interno.²²*

De salientar que esta regulamentação permite, de forma alargada a todo o espaço europeu e, em certos casos, até em espaços bem mais vastos²³ projectar os nomes geográficos de certos produtos e protegê-los contra utilizações indevidas, apropriações, registos parasitários e exploração da reputação., permitindo também registar nomes de especialidades e menções considerados como tradicionais

De acordo com a legislação em vigor para o sector agro-alimentar (Regulamento UE nº 1151/2012) uma “denominação de origem» é uma denominação²⁴ que identifica um produto:

- a) Originário de um local ou região determinados, ou, em casos excepcionais, de um país;
- b) Cujas qualidade ou características se devam essencial ou exclusivamente a um meio geográfico a específico, incluindo os seus factores naturais e humanos; e
- c) Cujas fases de produção²⁵ tenham todas lugar na área geográfica delimitada.

22 REGULAMENTO (UE) Nº 1151/2012 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO, de 21 de Novembro de 2012 relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios, artº 1º, nº 1

23 Designadamente através dos Tratados de Comércio com o Canadá, Japão, China, México, Reino Unido, Vietname e outros (Negotiations and agreements - Trade - European Commission (europa.eu)

24 Ou seja, é um NOME, geográfico ou não, como, por exemplo, respectivamente Ribatejo e Charneca.

25 Por fases de produção deve entender-se a produção, a transformação ou a preparação. As operações seguintes como a fatiagem, o corte ou o acondicionamento não estão abrangidas, excepto se especificamente previstas no Caderno de Especificações que suporta o pedido de protecção do NOME.

Uma “indicação geográfica”, de acordo com o regulamento supracitado, é uma indicação geográfica» é uma denominação que identifica um produto:

- a) Originário de um local ou região determinados, ou de um país;
- b) Que possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica; e
- c) Em relação ao qual pelo menos uma das fases de produção²⁶ tenha lugar na área geográfica delimitada.

Os produtos que podem ser qualificados pelo uso de uma Denominação de Origem Protegida ou de uma Indicação Geográfica Protegida são os seguintes:

Os produtos agrícolas em geral (o que inclui o peixe e outros produtos da pesca e o vinagre de vinho) destinados ao consumo humano constantes do Anexo I do Tratado²⁷ e outros produtos agrícolas (destinados à alimentação humana ou não) e géneros alimentícios constantes de uma tabela anexa ao regulamento e que contempla, actualmente, os seguintes produtos: cerveja, chocolate e produtos derivados, produtos de padaria, pastelaria, confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, bebidas à base de extractos de plantas, massas alimentícias, sal, gomas e resinas naturais, pasta de mostarda, feno, óleos essenciais, cortiça, cochonilha, flores e plantas ornamentais, algodão, lã, vime, linho gramado, couro, peles com pelo, penas.

No caso das bebidas espirituosas, e de acordo com o Regulamento UE nº 2019/787 uma «Indicação geográfica», é uma indicação que identifica a bebida espirituosa como originária do território de um país, ou de uma região ou lugar desse território, caso determinada qualidade, reputação ou outra característica da bebida espirituosa seja essencialmente imputável à sua origem geográfica. O regulamento europeu abrange 44 categorias de bebidas espirituosas, entre as quais se encontram: Rum; Aguardente vínica; Aguardente bagaceira ou bagaço de uva; Aguardente de bagaço de frutos; Aguardente de frutos; Aguardente de mel; Aguardente de (complementada pelo nome do fruto, das bagas ou dos frutos de casca rija) obtida por maceração e destilação; Bebidas espirituosas aromatizadas com zimbro; Gin; Bebidas espirituosas anisadas; Anis; Licor; Creme de (complementado pelo nome do fruto ou da matéria-prima utilizada); Licor de ovos; Néctar de mel ou néctar de hidromel.

²⁶ Portanto tem que ocorrer na área geográfica definida ou a produção ou a transformação ou a preparação. No entanto, podem ocorrer duas ou todas na mesma área definida.

²⁷ Ver Anexo I do CQ 03- CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA MONTANHA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

No caso dos vinhos e outros produtos do sector vitivinícola²⁸, o Regulamento UE nº 1308/2013, define «Denominação de Origem», como sendo o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais e devidamente justificáveis, de um país, utilizado para designar um produto a que se refere o artigo 92.º, nº 1²⁹, que cumpra os seguintes requisitos:

- a) a qualidade e as características do produto são essenciais ou exclusivamente devidas a um meio geográfico específico, com os factores naturais e humanos inerentes ao mesmo,
- b) as uvas a partir das quais o produto é produzido provêm exclusivamente dessa zona geográfica,
- c) a produção ocorre nessa zona geográfica, e
- d) o produto é obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera*;

O mesmo regulamento define «Indicação geográfica» como uma indicação relativa a uma região, um local determinado ou, em casos excepcionais e devidamente justificáveis, um país, utilizado para designar um produto a que se refere o artigo 92.º, nº 1³⁰, que cumpra os seguintes requisitos:

- a) possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica,
- b) pelo menos 85 % das uvas utilizadas para a sua produção provêm exclusivamente dessa zona geográfica,
- c) a sua produção ocorre nessa zona geográfica, e
- d) é obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera* ou provenientes de um cruzamento entre a espécie *Vitis vinifera* e outra espécie do género *Vitis*.

Ainda, de acordo com o Regulamento UE nº 1308/2013, é descrito o conceito de «menção tradicional» utilizado nos Estados-Membros nos produtos referidos no artigo 92.º, nº 1³¹, para:

- a) Indicar que o produto tem uma denominação de origem protegida ou uma indicação geográfica protegida ao abrigo do direito nacional ou da União;
- b) Designar o método de produção ou de envelhecimento ou a qualidade, a cor, o tipo de lugar ou um acontecimento ligado à história do produto com uma denominação de origem protegida ou uma indicação geográfica protegida.

²⁸ Com exceção dos vinagres de vinho e dos vinhos aromatizados

²⁹ Vinho, vinho licoroso, vinho espumante natural, vinho espumante de qualidade, vinho espumante de qualidade aromático, vinho frisante natural, vinho frisante gaseificado, mosto de uvas parcialmente fermentado, vinho proveniente de uvas passas e vinho de uvas sobre amadurecidas. Não estão incluídos outros produtos do sector vitivinícola, tal como os vinagres de vinho.

³⁰ Ver nota anterior.

³¹ Ver nota anterior

No que concerne às Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG), o Regulamento UE nº 1151/2012, permite registar como tal, as denominações que descrevam um determinado produto ou género alimentício que:

- a) Resulte de um modo de produção, transformação ou composição que correspondam a uma prática tradicional para esse produto ou género alimentício; ou
- b) Seja produzido a partir de matérias-primas ou ingredientes utilizados tradicionalmente.

Para ser registada como especialidade tradicional garantida, a mesma denominação deve:

- a) Ter sido tradicionalmente utilizada para fazer referência ao produto específico; ou
- b) Designar o carácter tradicional ou a especificidade do produto.

Os produtos que podem ser qualificados pelo uso de uma Especialidade Tradicional Garantida são os produtos agrícolas em geral (o que inclui o peixe e outros produtos da pesca e o vinagre de vinho) destinados ao consumo humano constantes do Anexo I do Tratado e outros produtos agrícolas e géneros alimentícios constantes de uma tabela anexa ao regulamento e que contempla, actualmente, os seguintes produtos: pratos preparados, cerveja, chocolate e produtos derivados, produtos de padaria, pastelaria, confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, bebidas à base de extractos de plantas, massas alimentícias, sal.

Saliente-se que as ETG não são consideradas como Propriedade Intelectual, ao contrário das IGS

Em secções separadas – as DOP e as IGP por serem Propriedade Intelectual gozam de um estatuto diferenciado - todas as denominações e menções protegidas constam do Registo Europeu eAmbrosia³², o qual é mantido actualizado pela Comissão Europeia.

A base de dados Giview, organizada e actualizada pelo *European Union Intellectual Property Office* (EUIPO) disponibiliza informação pormenorizada sobre as DO e IG registadas e protegidas na UE (o que inclui IGS de países terceiros que solicitaram expressamente o registo pela via formal), podendo ser consultada em todas as línguas oficiais da UE³³

Nesta base de dados os Agrupamentos de Produtores podem inserir eles próprios informações relativas aos seus produtos (embalagens, rótulos, formas de apresentação, entre outros) visando dotar as autoridades que fazem inspecção no mercado, funcionários das alfândegas, ou outros, de

³² Ver em <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

³³ Ver em <https://www.tmdn.org/giview/>

elementos que facilitem a identificação dos produtos genuínos e a detecção mais rápida das fraudes.³⁴

Ao abrigo da regulamentação europeia, o registo de um nome como “ESPECIALIDADE TRADICIONAL” só pode ser solicitado por agrupamentos que trabalhem com o produto cuja denominação se pretende registar³⁵.

Outras considerações / esclarecimentos importantes:

Os Agrupamentos³⁶ têm competências especificamente cometidas pelo Regulamento 1151/2013:

- a) Contribuir para assegurar que a qualidade, a reputação e a autenticidade dos seus produtos sejam garantidas no mercado, acompanhando a utilização da denominação no comércio, e se necessário, facultando informações às autoridades competentes, ou a quaisquer outras autoridades com competência na matéria³⁷;
- b) Realizar actividades de informação e promoção com o objectivo de comunicar aos consumidores os atributos do produto que lhe conferem uma mais-valia;
- c) Desenvolver actividades conexas para garantir a conformidade do produto com o seu caderno de especificações;
- d) Tomar medidas para melhorar o funcionamento do regime, nomeadamente através do desenvolvimento de competências económicas, da realização de análises económicas, da divulgação de informações económicas sobre o regime e da prestação de aconselhamento aos produtores;
- e) Adoptar iniciativas destinadas a valorizar os produtos e, se necessário, tomar medidas para impedir ou travar acções que desvalorizem, ou possam desvalorizar, a imagem dos produtos.

Para além destas, os Agrupamentos podem exercer muitas outras e muito importantes funções³⁸. No entanto, o Agrupamento que gere uma ETG não pode exercer funções similares às que exerce uma Agrupamento Gestor de uma DOP ou de uma IGP. De facto, como poderia o Agrupamento que requer o registo exercer tais funções uma vez que o produto pode ser produzido em qualquer parte

³⁴ Tanto quanto se sabe este sistema ainda não está aberto, pelas autoridades nacionais, às IGS.

³⁵ No entanto, uma pessoa singular ou colectiva pode ser equiparada a um agrupamento sempre que a pessoa em causa seja o único produtor que pretende apresentar um pedido

³⁶ As funções indicadas são exercidas sem prejuízo das disposições específicas sobre organizações de produtores e organizações interprofissionais previstas no Regulamento (CE) nº 1234/2007, apenas para os Agrupamentos que também estejam reconhecidos para esse efeito.

³⁷ Em Portugal, pelo menos, a ASAE e a DGADR e as entidades correspondentes na RAA e na RAM.

³⁸ Sobre este assunto ver TT 16 - Qualificação de Denominações de Origem, de Indicações Geográficas e de Especialidades Tradicionais Apoio aos Agrupamentos prestado pela Associação QUALIFICA/oriGIn Portugal, em particular o ponto 5 (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2021/02/TT-16-3-Apoio-Agrupamentos-qualificacao-DOsIGsETs-16022021.pdf>)

do Mundo, bastando ao produtor – incluindo os que fazem parte do Agrupamento requerente - que queira legalmente usar o nome protegido e o logótipo europeu notificar a autoridade competente do país em que se encontra estabelecido ou, se existir, notificar um Organismo de Controlo acreditado para o efeito em tal país. Ainda assim, poder-se-ia considerar que este Agrupamento poderia ter algumas funções em matéria de defesa e gestão do nome registado, dentro do país de origem do registo e de promoção, dentro e fora do país de origem. Mas já não poderá ter funções de defesa e de gestão no exterior, nem lhe podem ser solicitados dados estatísticos ou outros, nem funções de controlo interno relativos a operadores que não conhece nem são obrigados a notificar nenhuma actividade a tal Agrupamento.

Para além dos documentos de natureza burocrática exigidos em Portugal³⁹, o pedido de registo de um nome como futura ETG (Especialidade Tradicional Garantida) exige os seguintes documentos:

- Caderno de especificações tal como previsto no artigo 19º do Regulamento (UE) n.º 1151/2012, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de Novembro, elaborado de acordo com o formulário constante do Anexo II do REGULAMENTO DE EXECUÇÃO (UE) nº 668/2014 DA COMISSÃO de 13 de Junho de 2014
- Indigitação de um organismo delegado⁴⁰ que já tenha sido acreditado pelo IPAC ou que já tenha dado início ao processo de acreditação;
- Carta do Organismo delegado indigitado, aceitando a indigitação;
- Proposta de plano de verificação da conformidade do produto com o Caderno de Especificações.

Tratando-se de um regime comunitário, podendo o nome em registo ser usado por qualquer operador comunitário⁴¹, desde que se submeta a controlo oficial antes de colocar o produto no mercado, não há lugar a concessão de protecção nacional transitória.

Os pedidos de registo de denominações neste âmbito só podem ser apresentados por agrupamentos que trabalhem com os produtos cuja denominação se pretende registar.

³⁹ Sobre este assunto ver TT 65 - Processo administrativo de registo de um NOME como DO ou como IG ou como ET – Disposições existentes em Portugal e sugestões e críticas da QUALIFICA/oriGIn PORTUGAL (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2021/03/TT-65-O-procedimento-de-registo-de-uma-DO-IG-ou-RT-2-090321.pdf>)

⁴⁰ Nos termos do Regulamento 2017/625, relativo ao Controlo Oficial, esta é a designação correta das entidades que podem exercer funções de verificação da conformidade com os Cadernos de Especificações, por delegação oficial. Anteriormente eram designados como “Organismos de Controlo”

⁴¹ Claro que o nome também pode ser usado por qualquer operador não comunitário não havendo aí lugar ao cumprimento de quaisquer regras excepto se houver algum tratado comercial entre a UE e o país em causa que disponha em contrário.

No entanto, uma pessoa singular ou colectiva pode ser equiparada a um agrupamento sempre que se demonstre que estão reunidas as seguintes condições:

- a) A pessoa em causa é o único produtor que pretende apresentar um pedido;
- b) Para as DOP ou para as IGP, a área geográfica delimitada possua características apreciavelmente diferentes das características das áreas vizinhas, ou as características do produto sejam diferentes das dos produtos produzidos nas áreas vizinhas.

Os Agrupamentos⁴² têm competências especificamente cometidas pelo Regulamento 1151/2013:

- a) Contribuir para assegurar que a qualidade, a reputação e a autenticidade dos seus produtos sejam garantidas no mercado, acompanhando a utilização da denominação no comércio, e se necessário⁴³, facultando informações às autoridades competentes, ou a quaisquer outras autoridades com competência na matéria⁴⁴;
- b) Tomar medidas para assegurar uma protecção jurídica adequada da denominação de origem protegida, ou da indicação geográfica protegida, e dos direitos de propriedade intelectual directamente relacionados;
- c) Realizar actividades de informação e promoção com o objectivo de comunicar aos consumidores os atributos do produto que lhe conferem uma mais-valia;
- d) Desenvolver actividades conexas para garantir a conformidade do produto com o seu caderno de especificações;
- e) Tomar medidas para melhorar o funcionamento do regime, nomeadamente através do desenvolvimento de competências económicas, da realização de análises económicas, da divulgação de informações económicas sobre o regime e da prestação de aconselhamento aos produtores;
- f) Adoptar iniciativas destinadas a valorizar os produtos e, se necessário, tomar medidas para impedir ou travar acções que desvalorizem, ou possam desvalorizar, a imagem dos produtos.

⁴² As funções indicadas são exercidas sem prejuízo das disposições específicas sobre organizações de produtores e organizações interprofissionais previstas no Regulamento (CE) nº 1234/2007, apenas para os Agrupamentos que também estejam reconhecidos para esse efeito.

⁴³ Designadamente no âmbito da aplicação das disposições administrativas e judiciais adequadas para prevenir ou impedir a utilização ilegal das denominações de origem protegidas e das indicações geográficas protegidas, produzidas ou comercializadas no seu território.

⁴⁴ Em Portugal, pelo menos, a ASAE e a DGADR e as entidades correspondentes na RAA e na RAM.

Para além dos documentos de natureza burocrática exigidos em Portugal⁴⁵, o pedido de registo de um nome como futura DOP (Denominação de Origem Protegida) ou como futura IGP (Indicação Geográfica Protegida) exige os seguintes documentos:

- Caderno de especificações, elaborado de acordo com o previsto no artigo 7.º do Regulamento 1151/2012;
- “Documento único”, tal como referido na alínea c) do n.º 1 do artigo 8.º do mesmo regulamento e elaborado de acordo com o formulário constante do Anexo I do REGULAMENTO DE EXECUÇÃO (UE) nº 668/2014 DA COMISSÃO de 13 de Junho de 2014;
- Mapa em escala adequada e com pormenor suficiente para permitir a identificação precisa da zona de produção e dos seus limites;
- Elementos comprovativos em como a área geográfica delimitada possui características apreciavelmente diferentes das características das áreas vizinhas, ou as características do produto são diferentes das dos produtos produzidos nas áreas vizinhas, quando o requerente seja uma pessoa singular ou colectiva;
- Pedido de concessão de protecção nacional transitória, caso o Agrupamento o tenha deliberado;
- Indigitação de um organismo delegado⁴⁶ que já tenha sido acreditado pelo IPAC ou que já tenha dado início ao processo de acreditação;
- Carta do Organismo Delegado indigitado, aceitando a indigitação.

- OUTROS ASPETOS A CUMPRIR

O cumprimento de toda a legislação aplicável tem carácter obrigatório, independentemente da dimensão ou tipologia do operador económico em causa.

Designadamente, e de acordo com o tipo e natureza da actividade desenvolvida, é obrigatório cumprir com toda a regulamentação relativa ao exercício da actividade pecuária⁴⁷ licenciamento

⁴⁵ Sobre este assunto ver TT 65 – Processo administrativo de registo de um NOME como DO ou como IG ou como ET – Disposições existentes em Portugal e sugestões e críticas da QUALIFICA / oriGIn PORTUGAL. (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2021/03/TT-65-O-procedimento-de-registo-de-uma-DO-IG-ou-RT-2-090321.pdf>)

⁴⁶ Nos termos do Regulamento 2017/625, relativo ao Controlo Oficial, esta é a designação correcta das entidades que podem exercer funções de verificação da conformidade com os Cadernos de Especificações, por delegação oficial. Anteriormente eram designados como “Organismos de Controlo”.

⁴⁷ Decreto-Lei nº 81/2013

das explorações agrícolas, à inscrição como produtor hortofrutícola, ao licenciamento da actividade produtiva⁴⁸, à movimentação e existência de animais ⁴⁹, etc.

Em particular, é obrigatório o cumprimento da legislação sobre rotulagem dos produtos⁵⁰, sendo que há complementos específicos relativos à rotulagem de certos produtos como o vinho, o mel, as carnes, os produtos lácteos, etc.

A este respeito será interessante consultar o texto INFORMAÇÃO PRESTADA AOS CONSUMIDORES SOBRE OS GÉNEROS ALIMENTÍCIOS no qual se assinalam casos práticos e exemplos de rotulagem correcta⁵¹.

No que se refere aos produtos cujo nome é uma DOP ou uma IGP recomenda-se a leitura do documento “A rotulagem dos produtos com DOP ou com IGP e das ETG” ⁵², já que o mesmo aborda casos práticos e exemplos concretos e refere também o caso da rotulagem correcta de produtos agroalimentares que tenham como ingredientes produtos com DOP ou com IGP.

⁴⁸ Ver em 1. Iniciar uma Empresa Alimentar – DGAV (<https://www.dgav.pt/alimentos/conteudo/generos-alimenticios/iniciar-uma-empresa-alimentar/>)

⁴⁹ O site da Direção Geral de Alimentação e Veterinária dispõe de informação sobre todas estas matérias ver em DGAV – Direcção-Geral da Alimentação e Veterinária. (<https://www.dgav.pt/alimentos>)
Ver também (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa>)

⁵⁰ Regulamento (UE) n. o 1169/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de Outubro de 2011, relativo à prestação de informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios

⁵¹ TT 45 - e-book “INFORMAÇÃO PRESTADA AOS CONSUMIDORES SOBRE OS GÉNEROS ALIMENTÍCIOS - REGULAMENTO (UE) N.º 1169/2011 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO DE 25 DE OUTUBRO DE 2011, disponível em <https://qualificaportugal.pt/publicacoes/textos-tecnicos/>

⁵² TT 17 A rotulagem dos produtos com DOP ou com IGP e das ETG, disponível em <https://qualificaportugal.pt/publicacoes/textos-tecnicos/>

3.3 Critérios para Qualificação de Produtos – o exemplo da marca colectiva ÉQUALIFICADO

Tendo em conta as lacunas constantes da regulamentação em vigor, a Associação QUALIFICA/oriGIn Portugal desenvolveu critérios próprios para

QUALIFICAR PRODUTOS, MODOS DE PRODUÇÃO E LOCAIS OU MEIOS DE COMERCIALIZAÇÃO.

Estreitamente relacionados com a cultura, com o respeito pelo passado, pela história e garante da manutenção da tradição, é inegavelmente parte da identidade regional e nacional que importa qualificar e comunicar.

O cumprimento destes critérios permite aos membros da Associação que o solicitem e que o contratem, por escrito, com a própria Associação, o uso da marca colectiva ÉQUALIFICADO⁵³



Existem, também, regras para uso desta marca em produtos e pratos gastronómicos, em estabelecimentos, certames, etc.⁵⁴

⁵³ Marca Colectiva nº 561098 (anteriormente designada por Marca Colectiva de Associação)

⁵⁴ Ver:

CQ 15 - REGRAS PARA USO DA MARCA COLECTIVA “ÉQUALIFICADO” AGRÍCOLAS, AGRO-ALIMENTARES E EM PRODUTOS NÃO ALIMENTARES

CQ 16 - CRITÉRIO PARA USO DA MARCA COLECTIVA “ÉQUALIFICADO” EM ESTRUTURAS PRODUTIVAS E COMERCIAIS

CQ 18 - REGRAS PARA USO DA MARCA COLECTIVA “ÉQUALIFICADO” EM PRATOS GASTRONÓMICOS TRADICIONAIS

CQ 21 - REGRAS E CRITÉRIOS PARA USO DA MARCA COLECTIVA “ÉQUALIFICADO” POR CERTAMES (FEIRAS, MOSTRAS, APRESENTAÇÕES, CONCURSOS, PROVAS, COZINHA AO VIVO E SIMILARES),

CQ 29 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE “CIRCUITOS CURTOS ALIMENTARES E/OU NÃO ALIMENTARES”, todos disponíveis em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

3.3.1 Produto Tradicional⁵⁵

A definição usada em todos os critérios é a seguinte

- Os produtos agroalimentares (incluindo os produtos da agricultura, da pecuária, da floresta bem como os da pesca e da caça), transformados ou não e os produtos não alimentares, produzidos em Portugal, cujas matérias-primas, métodos de obtenção, produção, conservação e maturação, quando aplicáveis, foram consolidados ao longo do tempo e que, pelas suas características próprias, revelem interesse histórico, etnográfico, social ou técnico, evidenciando valores de memória, antiguidade, autenticidade, singularidade ou exemplaridade. Considera-se como tempo mínimo para consolidação um espaço de 50 anos, equivalente à transmissão de saber entre 2 gerações.

A este conceito convém acrescentar as seguintes considerações e esclarecimentos importantes, os quais se aplicam a todos os produtos tradicionais, independentemente da sua tipologia:

A qualificação como produto tradicional não depende da comprovação de quaisquer características qualitativas distintas, já que o critério de qualificação assenta no “modo de produção”, nos ingredientes nacionais utilizados e, quando aplicável, na origem geográfica, a fim de evitar descaracterização, degenerescência ou deslocalização da produção e ou do fabrico dos produtos tradicionais. Serão devidamente valorizados o uso de matérias-primas locais ou, no limite, nacionais, incluindo raças, sementes e variedades autóctones ou muito bem-adaptadas, a utilização de práticas agrícolas e ou de transformação ambientalmente sustentáveis, a utilização de processos naturais bem como de instrumentos, utensílios, ambientes e formas de acondicionamento com materiais locais e tradicionais. A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar, o cacau, o chocolate, as especiarias e os condimentos.

Não é aceitável a utilização de aditivos, de auxiliares tecnológicos⁵⁶, de radiações ionizantes nem de outras práticas não tradicionais como, entre outras, a ultrafiltração de leites, a utilização de resinas aniónicas ou o recurso a OGMs ou a derivados de OGMs.⁵⁷

⁵⁵ Ver CQ 01 Critérios QUALIFICAÇÃO “PRODUTO TRADICIONAL”, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁵⁶ Excepto daqueles que são usados tradicionalmente como o sal, o cardo ou o sumo de limão

⁵⁷ Excerto do CQ 01 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS TRADICIONAIS, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

De forma similar e com considerações e esclarecimentos similares convém ainda salientar que foram desenvolvidos os seguintes critérios, para corresponder à especificidade de certos produtos:

3.3.1.1 Queijo Tradicional Português⁵⁸ (fresco ou curado, requeijão, travia, almeice e similares)

A - Matérias-primas autorizadas

Leite de ovelha estreme, fresco e cru ⁵⁹	Leite de cabra estreme, fresco e cru ⁴⁹	Leite de vaca estreme, fresco e cru ⁴⁹	Mistura de 2 ou 3 dos leites referidos	Sal	Coalho vegetal	Coalho animal
Preferencialmente de raça autóctone ou muito bem adaptada à região	Preferencialmente de raça autóctone ou muito bem adaptada à região	Preferencialmente de raça autóctone ou muito bem adaptada à região	Preferencialmente de raça autóctone ou muito bem adaptada à região	Próprio para fins alimentares	De acordo com a tradição local – exclusão de coagulantes de origem microbiana	De acordo com a tradição local – exclusão de coagulantes de origem microbiana

B – Ingredientes facultativos

A título excepcional pode ser considerada, na massa ou à superfície dos “queijos”, a utilização de:

- Folhas e outras partes de plantas, como por exemplo, orégãos, coentros ou cebolinho;
- Frutos secos;
- Azeitonas de conserva;
- Cogumelos comestíveis;
- Especiarias, como, por exemplo, pimenta, noz-moscada e cravinho;
- Condimentos diversos, como por exemplo massa de pimentão, pimento e tomate seco.

São também perfeitamente admissíveis as práticas tradicionais de revestimento dos queijos com azeite, com massa de pimentão, com colorau ou com uma pasta feita com azeite e colorau.

Os ingredientes facultativos e os ingredientes usados nas práticas tradicionais de revestimento devem demonstrar cumprir os requisitos constantes do Documento CQ 01 - CRITÉRIOS PARA

⁵⁸ Ver CQ 06 CRITÉRIOS PARA A QUALIFICAÇÃO DE QUEIJOS TRADICIONAIS, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁵⁹ Com excepção do leite destinado ao fabrico de queijo fresco, uma vez que a lei exige leite pasteurizado. Por esta razão é tolerável a utilização de cloreto de cálcio como auxiliar de coagulação

QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS TRADICIONAIS, aprovado pela QUALIFICA/ORIGIN PORTUGAL, designadamente os relativos à não utilização de aditivos e de auxiliares tecnológicos.

C – Tecnologia

A mais próxima possível da tecnologia tradicional, não excluindo o uso de equipamento moderno como bombas de transferência de leite, equipamento de frio, aquecedor de placas, painéis de parede dupla, prensas, câmaras de cura, etc., que tornem o trabalho menos penoso e que não alterem as condições básicas das matérias-primas nem a tipicidade dos queijos.

D – Tempo e condições de cura/maturação:

De acordo com as condições e modos de produção locais, o que inclui o uso da palha e do centeio, por exemplo, na maturação dos queijos

3.3.1.2 Doçaria Conventual Portuguesa⁶⁰

- conjunto dos produtos de pastelaria, confeitaria e, em certos casos muito específicos, de transformação de produtos hortofrutícolas, cujos ingredientes, receitas, origem conventual e, por vezes também, geográfica e forma de apresentação estejam referidos em fontes históricas ou com elas relacionadas, sendo objecto de estudo/publicação, designadamente em trabalhos de cariz académico, como sejam teses de doutoramento e de mestrado, ou em obras de reconhecido mérito científico e que, pelas suas características, revelem interesse histórico-cultural, etnográfico, social ou técnico, evidenciando valores de memória, antiguidade, autenticidade, singularidade ou exemplaridade.

Os produtos da doçaria conventual portuguesa, quanto aos ingredientes utilizados, subdividem-se nas seguintes categorias:

- a) Com base em gemas de ovos e açúcar;
- b) Com base em gemas de ovos e açúcar, adicionados de outros ingredientes constantes de cada receita original como frutos frescos, secos (em particular a amêndoa), secados, ou em calda, doce de chila ou outros doces de fruta ou de produtos hortícolas, mel, manteiga, natas, queijo, requeijão, azeite, toucinho, banha, arroz, aletria, vinhos e especiarias;
- c) Com base em claras de ovos e açúcar;

⁶⁰ Ver em CQ 12 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA DOÇARIA CONVENTUAL PORTUGUESA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

- d) Com base em claras de ovos e açúcar, adicionados de outros ingredientes conforme receita original;
- e) Com base em gemas de ovos e açúcar, adicionados de farinha de diversos cereais, leite, manteiga, carne (galinha e língua de vaca) ou outros ingredientes conforme receita original;
- f) Com base em gemas de ovos e açúcar, mas envoltos em massas folhadas ou fritas;
- g) Com base em frutas e açúcar, mas envoltos em massas folhadas ou fritas;
- h) Com base em açúcar estreme ou adicionado de frutos secos ou em calda, ou de outros ingredientes conforme receita original;
- i) Com base em frutas e ou produtos hortícolas e açúcar, adicionados ou não com outros ingredientes conforme receita original.

A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar, o cacau, o chocolate e as especiarias, desde que expressamente referidos em cada receita original.

3.3.1.3 Doçaria Tradicional Portuguesa⁶¹

- conjunto dos produtos de pastelaria, confeitaria e de transformação de produtos hortofrutícolas cujos ingredientes, receita, por vezes origem geográfica e forma de apresentação estejam referidos em fontes históricas ou com ela relacionadas, sendo objecto de estudo/publicação, designadamente em trabalhos de cariz académico, como sejam teses de doutoramento ou de mestrado, ou em obras de mérito reconhecido referenciando as fontes históricas – ou, na sua ausência, em receituários familiares e que, pelas suas características próprias, revelem interesse histórico, etnográfico, social ou técnico, evidenciando valores de memória, antiguidade, autenticidade, singularidade ou exemplaridade.

Os produtos da doçaria tradicional portuguesa, subdividem-se nas seguintes categorias:

- a) biscoitos e similares;
- b) queijadas;
- c) pastéis;
- d) cavacas e similares;
- e) bolos secos
- f) bolos fritos;

⁶¹ Ver em CQ 13 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA DOÇARIA TRADICIONAL PORTUGUESA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

- g) bolos lêvedos;
- h) bolos de fatia ou de forno;
- i) doces de colher;
- j) rebuçados e outros produtos de confeitaria.

A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar e as especiarias, desde que expressamente referidas em cada receita original.

3.3.1.4 Produtos Tradicionais Portugueses à base de Carne ⁶²

- Enchidos, ensacados, presuntos, peças fumadas, leitão e outras peças assadas e outros produtos tradicionais derivados de porco ou de bovino, estremes ou não.

Pela sua extensão cita-se, apenas, a parte relativa a enchidos.

A.1 Enchidos - Matérias-primas admitidas

- Abóbora (apenas para os enchidos com abóbora ou nos azedos);
- Água;
- Alho;
- Arroz carolino (apenas no fabrico de morcelas de arroz e similares);
- Azeite virgem (apenas no fabrico de alheiras e tabafeias);
- Carne de aves, de coelho ou de animais de caça (apenas no fabrico de alheiras e tabafeias);
- Carne de bovino (apenas no fabrico de alheiras e tabafeias e de chouriço mirandês);
- Carne de porco;
- Cebola (crua ou refogada);
- Colorau doce ou picante;
- Ervas aromáticas (salsa e outras);
- Especiarias (cominhos, pimenta, cravinho da Índia, etc.);
- Farinha de trigo ou de centeio (apenas no fabrico de alheiras, azedos, farinheiras, farinhotas, sangueiras, morcelas e similares);
- Folha de louro;

⁶² Ver CQ 23 - CRITÉRIOS PARA A QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS TRADICIONAIS À BASE DE CARNE, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

Gorduras de porco;

Laranja (em rodela ou apenas casca, como aromatizante de sorças ou vinhas d'alhos);

Massa ou pasta de pimentão;

Mel (apenas no fabrico de chouriças doces);

Nozes ou amêndoas (apenas no fabrico de chouriças doces);

Pão (apenas no fabrico de alheiras, azedos, farinheiras, farinhotas, sangueiras, morcelas e similares);

Presunto (apenas no fabrico de alheiras e tabafeias);

Sal;

Sangue de porco (apenas no fabrico de sangueiras, morcelas, mouras, chouriço de sangue e similares);

Vinho branco ou vinho tinto, verde ou maduro;

Vísceras de porco (apenas no fabrico de moiras, cacholeiras, morcelas e similares, bucheiras e outros, similares).

Todos os ingredientes devem demonstrar cumprir os requisitos constantes do Documento CQ 01 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS TRADICIONAIS, aprovado pela QUALIFICA/oriGIn PORTUGAL, designadamente os relativos à não utilização de aditivos e de auxiliares tecnológicos.

A.2 Enchidos - Invólucro

Só são admitidas tripas naturais - intestino grosso ou intestino delgado, de porco, de bovino, de ovelha ou de cabra. O fecho da tripa pode ser feito de forma manual (com nó, com atadura ou por compressão da tripa) ou mecanicamente (atadura ou clipsagem)

- TECNOLOGIA

A mais próxima possível da tecnologia tradicional, não excluindo o uso de equipamento moderno para transporte e corte de carcaças ou peças cruas, em processo ou já processadas, salga, dessalga, lavagem, enchimento de tripas ou clipsagem, ensacamento, que tornem o trabalho menos penoso e que não alterem as condições básicas das matérias-primas nem a tipicidade dos enchidos.

- TEMPO E CONDIÇÕES DE SALGA, CURA, FUMAGEM, MATURAÇÃO, ASSADURA, ETC

De acordo com as condições e modos de produção locais, o que inclui o uso de equipamentos tradicionais ou mais modernos, da fumagem exclusivamente feita com lenhas de azinho, sobro,

carvalho, oliveira, giesta, videeiro, urze, piorno ou castanheiro ou a secagem ao ar ou a assadura em fornos de lenha.

No caso dos leitões e das peças assadas é liminarmente excluída a operação de cozedura ou semi-cozedura prévia das carcaças. No caso dos presuntos e paletas, o tempo mínimo de cura é fixado em 9 meses.

3.3.1.5 Doces de fruta Tradicionais Portugueses⁶³

- Doces e doces extra; Geleias e geleias extra; Citrinada e citrinada em geleia; Creme de castanha; Compota; Marmelada; Medronhada, perada, etc.; Conserva de fruta; Fruta em calda; Uvada; Arrobe; Frutos confitados; Cremes de sementes

Pela sua extensão cita-se, apenas, a parte relativa a doces de fruta

A – DOCE DE FRUTA

- O produto, levado à consistência gelificada apropriada, resultante da mistura de açúcares, polpa e ou polme de um ou mais tipos de frutos e água, salvo doces de citrinos, que podem ser fabricados a partir do fruto inteiro, cortado em tiras e ou rodela⁶⁴.

As quantidades de polpa de fruta e ou polme utilizadas não podem ser inferiores a 350g por kg de produto final⁶⁵.

Matérias-primas:

Polpa de frutos (parte comestível de frutos inteiros, eventualmente descascados ou sem sementes, podendo apresentar-se cortada em rodela ou esmagada, mas não reduzida a polme);

Polme de frutos (parte comestível de frutos inteiros, eventualmente descascados ou sem sementes, reduzida a polme por peneiração ou um processo similar;

Açúcar - açúcar ou açúcar branco, açúcar areado amarelo, açúcar areado branco, açúcar mascavado, xarope de frutose; açúcares extraídos de frutos;

⁶³ Ver CQ.24 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE DOCES TRADICIONAIS, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁶⁴ cf. DL n.º 230/2003, de 27 de Setembro, Anexo I, Ponto 1

⁶⁵ Excepção: 250 g, no caso das groselhas vermelhas, das sorvas, dos frutos da espinheira das areias, das groselhas negras, dos frutos da roseira brava e dos marmelos; 150 g, no caso do gengibre; 130 g, no caso das castanhas de caju; 60 g, no caso dos maracujás;

Mel;
Sumo de frutos;
Sumo de citrinos, em produtos obtidos a partir de outros frutos:
Cascas de citrinos;
Bebidas espirituosas, vinhos e vinhos generosos,
Frutos de casca rija,
Plantas aromáticas,
Especiarias
Baunilha
Gengibre

Nota: No caso de misturas de frutos, os teores mínimos fixados para os diferentes tipos de frutos serão reduzidos proporcionalmente às percentagens utilizadas.

B- DOCE DE FRUTA EXTRA

- O produto, levado à consistência gelificada apropriada, resultante da mistura de açúcares, polpa não concentrada de um ou mais tipos de frutos e água⁶⁶.

Exceções:

- a) doces extra de frutos da roseira brava e os doces extra sem sementes de framboesa, amora, groselha negra, mirtilo e groselha vermelha - Podem ser fabricados total ou parcialmente a partir de polmes não concentrados dos respectivos frutos, e
- b) doces extra de citrinos - podem ser fabricados a partir do fruto inteiro, cortado em tiras e ou rodela.

As quantidades de polpa de fruta não podem ser inferiores a 450g por kg de produto final.

No «Doce extra» não poderão ser misturados, com outros, os seguintes frutos: maçãs; pêras; ameixas de caroço aderente; melões; melancias; uvas; abóboras; pepinos; tomates.

Matérias-primas:

Polpa de frutos (parte comestível de frutos inteiros, eventualmente descascados ou sem sementes, podendo apresentar-se cortada em rodela ou esmagada, mas não reduzida a polme);

⁶⁶ cf. DL n.º 230/2003, de 27 de setembro, Anexo I, Ponto 1

Açúcar - açúcar ou açúcar branco, açúcar areado amarelo, açúcar areado branco, açúcar mascavado, xarope de frutose; açúcares extraídos de frutos;

Mel;

Sumo de citrinos, em produtos obtidos a partir de outros frutos;

Cascas de citrinos;

Bebidas espirituosas, vinhos e vinhos generosos;

Frutos de casca rija;

Plantas aromáticas;

Especiarias;

Baunilha;

Gengibre.

Nota: No caso de misturas de frutos, os teores mínimos fixados para os diferentes tipos de frutos serão reduzidos proporcionalmente às percentagens utilizadas.

- TECNOLOGIA

A mais próximo possível da tecnologia tradicional, não excluindo o uso de equipamento moderno para transporte, lavagem, corte, preparação, acondicionamento, tratamento térmico, etc. que tornem o trabalho menos penoso e que não alterem as condições básicas das matérias-primas nem a tipicidade dos produtos.

- MATÉRIAS PRIMAS

São devidamente valorizados o uso de matérias-primas locais ou, no limite, nacionais, incluindo sementes e variedades autóctones ou muito bem-adaptadas, a utilização de práticas agrícolas e ou de transformação ambientalmente sustentáveis, a utilização de processos naturais bem como de instrumentos, utensílios, ambientes e formas de acondicionamento com materiais locais e tradicionais.

A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar e as especiarias.

Principais matérias-primas e sua definição:

Açúcares - Açúcar ou açúcar branco, Açúcar Areado Amarelo, Açúcar Areado Branco, Açúcar Mascavado, xarope de frutose; açúcares extraídos de frutos; Extracto aquoso de frutos - o extracto aquoso de frutos que, salvaguardadas as perdas inevitáveis em condições de boas práticas de fabrico, contém todos os constituintes hidrossolúveis dos frutos utilizados;

Frutos - as frutas em geral, cultivadas ou silvestres e, ainda, tomates, partes comestíveis dos caules do ruibarbo, cenouras, batatas-doces, pepinos, abóboras, melões e melancias;

Frutos frescos - os frutos, de origem nacional, são, isentos de qualquer alteração, com todos os seus componentes essenciais e no estado de maturação apropriado, depois de submetidos às operações de limpeza e de escolha;

Gengibre - as raízes comestíveis do gengibre, frescas ou conservadas. O gengibre pode ser seco ou conservado em xarope;

Mel - de acordo com a legislação em vigor: em todos os produtos, em substituição total ou parcial dos açúcares;

Néctar de frutos - produto fermentescível, mas não fermentado, obtido por adição de água e de açúcares e ou mel ao sumo de frutos, a polmes de frutos ou a uma mistura destes produtos. A adição de açúcares e ou mel é autorizada em quantidades que não representem mais de 20%, em massa, do produto acabado;

Polme de frutos - a parte comestível de frutos inteiros, eventualmente descascados ou sem sementes, reduzida a polme por peneiração ou um processo similar;

Polpa de frutos - a parte comestível de frutos inteiros, eventualmente descascados ou sem sementes, podendo apresentar-se cortada em rodela ou esmagada, mas não reduzida a polme;

Sumo de frutos - produto fermentescível, mas não fermentado, obtido a partir de uma ou mais espécies de frutos são e maduros, frescos ou conservados pelo frio, com a cor, o aroma e o gosto característicos do sumo dos frutos de que provém. Podem ser restituídas ao sumo as substâncias aromáticas, a polpa e as células separadas após a extracção. Os sumos de citrinos devem ser fabricados a partir do endocarpo dos frutos.

3.3.2 Gastronomia Nacional⁶⁷

- Conjunto do receituário tradicional português assente em matérias-primas de fauna e flora utilizadas a nível nacional, regional ou local, bem como em produtos agroalimentares produzidos em Portugal e que, pelas suas características próprias, revele interesse histórico,

⁶⁷ Ver CQ 09 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA GASTRONOMIA NACIONAL, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

etnográfico, social ou técnico, evidenciando valores de memória, antiguidade, autenticidade, singularidade ou exemplaridade.

3.3.2.1 Produto da gastronomia nacional

São tidos em conta os seguintes factores:

- Nome da receita;
- Genuinidade da receita e integração de valores tradicionais portugueses;
- Anterioridade da receita - mais de 50 anos de história;
- Utilização de produtos tradicionais portugueses, com referência expressa aos seus nomes;
- Tradição ativa e continuada da sua confecção em território nacional;
- Recurso maioritário a matérias-primas de origem local, regional ou nacional (ou, pelo menos, que já estejam integradas na culinária portuguesa há mais de 50 anos);
- Referência nos hábitos alimentares de uma ou mais regiões;
- Afirmação cultural e económica de uma ou mais regiões ou suporte da biodiversidade da região;
- Notoriedade, representatividade e reconhecimento a nível local ou regional, pelo menos.
- Não é aceitável:
 - A utilização de aditivos, de auxiliares tecnológicos e de radiações ionizantes;
 - A utilização de outras práticas não tradicionais como a congelação, quando o produto gastronómico se destina a ser consumido na unidade de restauração que o serve ao consumidor final;
 - A substituição dos ingredientes referidos na receita original por quaisquer outros, como por exemplo a substituição do azeite por óleos alimentares ou da banha ou da manteiga por margarinas;
 - A utilização de ingredientes não referidos na receita original, ainda que com objectivos meramente decorativos.
- A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar, o cacau, o chocolate e as especiarias e condimentos usados em proporção diminuta.

3.4 Produto ou Prato Gastronómico Tradicional, com Inovação⁶⁸

Considera-se que há inovação em produtos tradicionais quando, a um dado produto tradicional:

- É acrescentado algum ou alguns ingredientes diferentes do habitual, ou
- Alguns dos ingredientes tradicionais são substituídos por outros não habituais, ou
- É alterado o modo de apresentação tradicional, ou
- O produto tradicional se apresenta com novas soluções de consumo, ou
- O produto é inovador, mas feito a partir de ingredientes tradicionais, utilizados na preparação de outros produtos considerados como tradicionais.

A inovação introduzida não pode descaracterizar o produto tradicional e a introdução/alteração de ingredientes tem que ser feita através do uso de produtos locais ou de produtos que, não sendo locais, já estavam permitidos nos produtos tradicionais (ver ponto 7). Também se considera como inovação a introdução/substituição de alguns ingredientes para responder à procura de produtos para uma alimentação particular.

Este critério não contempla os produtos cujo nome é uma DOP ou uma IGP ou as ETG enquanto os respectivos Cadernos de Especificações não permitirem a inovação em causa.

A qualificação como produto tradicional com inovação não depende da comprovação de quaisquer características qualitativas distintas⁶⁹, já que o critério de qualificação assenta no “modo de produção”, nos ingredientes nacionais utilizados e, quando aplicável, na origem geográfica, a fim de evitar descaracterização, degenerescência ou deslocalização da produção e ou do fabrico dos produtos tradicionais.

Serão devidamente valorizados o uso de matérias-primas locais ou, no limite, nacionais, incluindo raças, sementes e variedades autóctones ou muito bem-adaptadas, a utilização de práticas agrícolas e ou de transformação ambientalmente sustentáveis, a utilização de processos naturais bem como de instrumentos, utensílios, ambientes e formas de acondicionamento com materiais locais e tradicionais. A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas manifestamente não produzidas em Portugal como o açúcar, o cacau, o chocolate, as especiarias e os condimentos.

⁶⁸ Ver em CQ 27 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS OU DE PRATOS GASTRONÓMICOS TRADICIONAIS COM INOVAÇÃO, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁶⁹ Sobretudo não tem que demonstrar que “é melhor do que” ou que “tem qualidade superior a”

3.5 Qualificação de Modos de Produção – exemplo da marca colectiva ÉQUALIFICADO

3.5.1 Produto da Quinta⁷⁰

- Produtos agroalimentares (incluindo os produtos da agricultura, da pecuária, da floresta bem como os da pesca e da caça), transformados ou não, os pratos preparados e os produtos não alimentares cuja obtenção, produção, conservação, maturação e acondicionamento, quando aplicáveis, ocorrem exclusivamente numa única exploração agrícola ou Quinta.

A título excepcional será legítimo que a produção possa ser qualificada como “da Quinta” quando a exploração agrícola seja constituída por parcelas descontínuas, mas localizadas na mesma região agrícola, desde que pertencentes ao mesmo proprietário e sujeitas a gestão comum.

A título excepcional, é admissível a utilização de certas matérias-primas não produzidas na Quinta, desde que não representem mais de 50 % do peso total dos ingredientes ou das matérias-primas:

- Produtos não enumerados no anexo I do Tratado⁷¹;
- Plantas aromáticas, especiarias, peixe, cacau e açúcar;
- Tintas, colas, vernizes, objectos metálicos e de vidro.

O álcool etílico ou um destilado, de origem agrícola, utilizados na preparação de licores, podem não provir da Quinta. A rotulagem dos produtos deve mencionar expressamente quais os produtos não obtidos na Quinta.

O cumprimento destes critérios permite aos membros da Associação que o solicitem e que o contratem, por escrito, o uso da marca colectiva PRODUTO DA QUINTA.



⁷⁰ Ver CQ 02 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA QUINTA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁷¹ Ver Anexo I do CQ 03- CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA MONTANHA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

Existem, também, regras para uso desta marca em produtos e pratos gastronómicos⁷²

3.5.2 PRODUTO DA MONTANHA

- *Produtos⁷³ destinados ao consumo humano enumerados no Anexo I do Tratado⁷⁴ e em relação aos quais:*

- Quer as matérias-primas, quer os alimentos para animais de criação provenham essencialmente de zonas de montanha;
- No caso dos produtos transformados, a transformação também tenha lugar em zonas de montanha.

A menção «produto de montanha» pode ser usada em:

Produtos de origem animal - produtos produzidos por animais em zonas de montanha⁷⁵, e transformados nessas zonas.

- Condições a respeitar nos alimentos para animais:

Quando utilizados nos produtos de origem animal e origem vegetal destinados a ostentar a menção “Produto de montanha”, os seguintes ingredientes podem não provir de zonas de montanha, desde que não representem mais de 50 % do peso total dos ingredientes:

- Produtos não enumerados no anexo I do Tratado⁶⁴;
- Plantas aromáticas, especiarias e açúcar.

- Operações de transformação fora de zonas de montanha

⁷² VER CQ 15 - REGRAS PARA USO DA MARCA COLECTIVA “ÉQUALIFICADO” EM PRODUTOS AGRÍCOLAS, AGRO-ALIMENTARES E NÃO ALIMENTARES, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁷³ Neste ponto utilizam-se as exigências constantes da regulamentação comunitária aplicável: REGULAMENTO (UE) Nº 1151/2012 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 21 de Novembro de 2012 relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios⁴⁷ (JO L 343 de 14.12.2012, p. 1)

REGULAMENTO DELEGADO (UE) Nº 665/2014 DA COMISSÃO de 11 de Março de 2014 que completa o Regulamento (UE) nº 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho no que respeita às condições de utilização da menção de qualidade facultativa «produto de montanha» (JO L 179 de 19.06.2014, p. 23)

⁷⁴ Ver Anexo I do CQ 03- CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA MONTANHA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

⁷⁵ Zonas de montanha tal como indicadas no Anexo II do CQ 03- CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA MONTANHA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

As seguintes operações de transformação⁷⁶ podem não ser realizadas em zonas de montanha, desde que a distância em relação à zona de montanha em causa não exceda 30 km⁷⁷:

- Operações de transformação para produção de leite e de produtos lácteos em instalações de transformação em funcionamento em 3 de Janeiro de 2013;
- Abate de animais e desmancha e desossagem de carcaças;
- Prensagem de azeite.

Produtos destinados ao consumo humano não enumerados no Anexo I do Tratado⁷⁸ e em relação aos quais:

- Os produtos e, se aplicável, as matérias-primas, provenham essencialmente de zonas de montanha;
- No caso dos produtos transformados, a transformação também tenha lugar em zonas de montanha.

Produtos abrangidos, a título de exemplo: bebidas à base de extractos de plantas, bebidas espirituosas, cerveja, massas alimentícias, pasta de mostarda, pratos preparados, produtos de padaria, pastelaria, confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, sal e vinhos aromatizados.

- Condições a respeitar em matéria de Ingredientes:

Os seguintes ingredientes podem não provir de zonas de montanha, desde que não representem mais de 50 % do peso total dos ingredientes:

- Produtos não enumerados no anexo I do Tratado⁶⁴;
- Plantas aromáticas, especiarias, peixe, cacau e açúcar.

O álcool etílico ou um destilado, de origem agrícola, utilizados na preparação de licores podem não provir de zonas de montanha.

Produtos de origem agrícola não destinados à alimentação humana e em relação aos quais:

- a) Os produtos e, se aplicável, as matérias-primas, provenham essencialmente de zonas de montanha;

⁷⁷ Em derrogação do artigo 31º, nº 1, alínea b), do Regulamento (UE) nº 1151/2012, e do artigo 1º, nºs 1 e 2, do Regulamento DELEGADO (UE) Nº 665/2014 DA COMISSÃO de 11 de Março de 2014 que completa o Regulamento (UE) nº 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho no que respeita às condições de utilização da menção de qualidade facultativa «produto de montanha» (JO L 179 de 19.06.2014, p. 23)

⁷⁸ Ver Anexo I do CQ 03- CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA MONTANHA, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

- b) No caso dos produtos transformados, a transformação também tenha lugar em zonas de montanha.

Produtos abrangidos, a título de exemplo: alimentos para animais, cortiça, couro, feno, flores e plantas ornamentais, gomas e resinas naturais, lã, linho gramado, óleos essenciais, peles com pelo, penas, vime.

Outros produtos não agrícolas em relação aos quais:

- Os produtos e, se aplicável, as matérias-primas, provenham essencialmente de zonas de montanha;
- No caso dos produtos transformados, a transformação também tenha lugar em zonas de montanha.

Produtos abrangidos, a título de exemplo: produtos de olaria, cestaria, cerâmica, vestuário, calçado, couro, papel, madeira, metais, e da indústria extractiva (granito, mármore, calcário, xisto, lousa, etc.) e as peças ou os objectos da sua manufactura.

A rotulagem dos produtos deve mencionar expressamente quais as matérias-primas não obtidas na Montanha.

O cumprimento destes critérios permite aos membros da Associação que o solicitem e que o contratem, por escrito, o uso da marca colectiva PRODUTO DA MONTANHA,



Existem, também, regras para uso desta marca em produtos e pratos gastronómicos⁷⁹.

⁷⁹ Ver CQ 15 - REGRAS PARA USO DA MARCA COLECTIVA "ÉQUALIFICADO" EM PRODUTOS AGRÍCOLAS, AGRO-ALIMENTARES E NÃO ALIMENTARES, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

3.6 A Qualificação no Circuito Comercial para utilização da Marca Colectiva ÉQUALIFICADO

3.6.1 Estabelecimentos Comerciais ou Lojas

- Estabelecimentos comerciais⁸⁰ mistos ou não e com fabrico próprio ou não
- Comércio electrónico⁸¹
- Vendedores ambulantes⁸²
- Estabelecimentos comerciais (stands, bancas ou tendas) de carácter não sedentário e de duração limitada ao período de realização de uma determinada feira ou evento similar⁸³

O estabelecimento tem que ter disponíveis para comercialização, pelo menos, e em média anual, 6 produtos qualificados⁸⁴ de diferentes regiões ou de diferentes tipologias (azeites, pescado, frutos, hortícolas, carnes, enchidos, doces, pão, queijos, bordados, barros, cerâmicas, etc.), sendo 3 obrigatoriamente da região em que o estabelecimento se insere (excepto se não existirem ou se não for a época própria de produção). Os produtos qualificados têm que estar devidamente separados de quaisquer outros e devidamente assinalados, em termos de não resultar nenhuma confusão nem indução do consumidor em erro. Os restantes produtos comercializados no estabelecimento ou a publicidade relativa aos mesmos não podem:

- i. constituir reprodução ou imitação ou evocação de denominação de origem ou de indicação geográfica registada;
- ii. ser susceptível de induzir o público em erro, nomeadamente sobre a natureza, a qualidade e a proveniência geográfica;
- iii. constituir infracção de direitos de propriedade industrial ou de direitos de autor;
- iv. constituir reprodução ou imitação ou evocação de especialidade tradicional garantida
- v. ter nomes ofensivos da lei, da ordem pública ou dos bons costumes;
- vi. constituir ou favorecer actos de concorrência desleal.

⁸⁰ Toda a instalação, de carácter fixo e permanente, onde seja exercida, exclusiva ou principalmente, de modo habitual e profissional, uma ou mais atividades de comércio, por grosso ou a retalho, ficando abrangidas nesta definição os lugares de venda em mercados municipais e abastecedores.

⁸¹ Transação comercial em que as partes envolvidas interagem não por meios físicos, mas através de instrumentos eletrónicos

⁸² A pessoa singular ou coletiva que exerce de forma habitual a atividade de comércio a retalho de forma itinerante incluindo em unidades móveis ou amovíveis instaladas fora de recintos das feiras

⁸³ Neste caso e desde que seja o próprio produtor a assumir a comercialização, fica dispensado do cumprimento do número mínimo de produtos constante do ponto 3.

⁸⁴ A lista dos produtos tradicionais qualificados pode ser consultada em www.qualificaportugal.pt

O estabelecimento tem que dispor de registos comprovando a aquisição dos produtos a produtores qualificados bem como documentos que permitam fazer o balanço entre os produtos qualificados adquiridos e os comercializados. O estabelecimento tem que dispor de pessoal devidamente preparado para informar o consumidor sobre cada um dos produtos qualificados, não só no que se refere aos aspectos correntes do produto, mas também aos seus aspectos socioculturais e ou, supletivamente, ter ao dispor dos clientes informação (folhetos, livros, revistas, audiovisuais ou acesso electrónico) sobre os mesmos produtos qualificados.

O cumprimento destes critérios permite aos membros da Associação que o solicitem e que o contratem, por escrito, o uso da marca colectiva ÉQUALIFICADO



Existem, também, regras para uso desta marca em estabelecimentos comerciais ou lojas⁸⁵

3.6.2 Certames (Feiras, Mostras, Apresentações, Concursos, Provas, Cozinha ao vivo e similares)

Para que um certame possa ser qualificado, é pressuposto básico que o certame tenha como principais objectivos:

- Promover o conhecimento, o uso, a comercialização e o respeito pelos produtos tradicionais portugueses, valorizando a sua função económica e a sua dimensão social e cultural e satisfazendo as expectativas dos consumidores, sem prejuízo da inovação, designadamente em matéria de formas de apresentação comercial e de uso dos mesmos produtos;
- Valorizar socialmente os produtores e os territórios de origem;
- Valorizar e divulgar os produtos tradicionais de qualidade, agroalimentares e não alimentares;
- Atrair novos consumidores e captar o interesse de novos mercados;
- Contribuir para a valorização do Património Cultural imaterial português.

⁸⁵ Ver CQ 16 - CRITÉRIO PARA USO DA MARCA COLECTIVA "ÉQUALIFICADO" EM ESTRUTURAS PRODUTIVAS E COMERCIAIS, disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-para-qualificacao/>

Face ao exposto, os critérios de qualificação dos certames devem ter em conta os seguintes requisitos:

- Os certames em causa serão exclusivamente dedicados a promover os produtos tradicionais qualificados ou, pelo menos, terão uma secção específica, devidamente assinalada, dedicada a tal efeito.
- Neste último caso (secção específica), deverá a mesma estar bem destacada e localizada em espaço nobre do Certame, devendo merecer especial cuidado por parte da organização a não existência de feirantes/expositores ou de actividades paralelas (Apresentações, Provas, Laboratórios do Gosto, Cozinha ao vivo, etc.), no sector geral do Certame, que por qualquer modo lesem os Produtos Tradicionais Qualificados ou lhes façam concorrência desleal ou possam induzir o consumidor em erro).
- O espaço dedicado a este sector e ou à realização das actividades paralelas deve ser particularmente cuidado em termos de sinalética, decoração, insonorização, luminosidade e limpeza.
- Nestes certames ou nas suas secções específicas, se for o caso; só são admitidos os seguintes produtos, devidamente identificados e rotulados nos termos da lei:

Produtos
Agrícolas, agroalimentares e não alimentares, considerados como de base local ou da tradição local e que cumpram ou se considere poderem vir a cumprir os critérios específicos de qualificação como Produto Tradicional
Bebidas espirituosas cujo nome é uma IG ou cujo processo de qualificação do nome esteja a ser acompanhado por entidade idónea
Produtos cujos nomes estejam em processo de qualificação como DO / IG e cujo processo de qualificação esteja a ser acompanhado por entidade idónea
Cujos nomes sejam DO / IG / DOP / IGP
Da Agricultura Biológica, da Produção Integrada e da Protecção Integrada e que se apresentem devidamente certificados como tal
Pratos gastronómicos, desde que qualificados ou em fase de qualificação de acordo com o critério especificado
Que estejam em processo de qualificação como ETG e cujo processo de qualificação esteja a ser acompanhado por entidade idónea
Que sejam considerados artesanato ao abrigo do Dec. Lei nº 110/2002 e que se sujeitem aos critérios específicos de selecção por entidade idónea
Que sejam considerados Especialidade Tradicional Garantida (ETG)

Vinhos (DO / DOP / DOC / IG / IGP / Regional) desde que usando como vedante a cortiça
Vinhos históricos (desde que tutelados pela respectiva Associação)

O cumprimento destes critérios permite aos membros da Associação que o solicitem e que o contratem, por escrito, o uso da marca colectiva ÉQUALIFICADO.



Existem, também, regras para uso desta marca em certames⁸⁶.

3.6.3 Circuitos curtos alimentares e ou não alimentares

Para que um circuito curto alimentar e ou não alimentar (doravante designado apenas por circuito curto) possa ser qualificado, é pressuposto básico que o certame tenha como principais objectivos:

- ✓ Promover a produção, o conhecimento, o uso, a comercialização e o respeito pelos produtos tradicionais portugueses, valorizando a sua função económica e a sua dimensão social e cultural, remunerando os seus produtores e satisfazendo as expectativas dos consumidores, sem prejuízo da inovação, designadamente em matéria de formas de apresentação comercial e de uso dos mesmos produtos;
- ✓ Valorizar social e economicamente os produtores e os territórios de origem;
- ✓ Valorizar e divulgar os produtos tradicionais de qualidade, agro-alimentares e não alimentares;
- ✓ Atrair novos consumidores e captar o interesse de novos mercados;
- ✓ Contribuir para a valorização do Património Cultural imaterial português

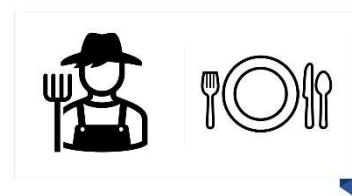
⁸⁶ Ver CQ 21 - REGRAS E CRITÉRIOS PARA USO DA MARCA COLECTIVA "ÉQUALIFICADO" POR CERTAMES (FEIRAS, MOSTRAS, APRESENTAÇÕES, CONCURSOS, PROVAS, COZINHA AO VIVO E SIMILARES), disponível em <https://qualificaportugal.pt/area-tecnica/criterios-paraqualificacao/>

Pelo exposto, os critérios de qualificação dos circuitos curtos devem ter em conta os seguintes requisitos:

- A** Os circuitos curtos em causa serão exclusivamente dedicados a promover os produtos tradicionais qualificados.
- B** Deverá existir apoio técnico específico aos produtores, sobretudo em sede de produtos agrícolas frescos e em produtos agro-alimentares, para que possa ser comprovada a rastreabilidades e a segurança alimentar dos produtos produzidos e destinados a comercialização através do circuito curto e para que possa a produção ser gerida em termos de ser evitada a oferta dos mesmos produtos na mesma época do ano, com a inerente saturação do consumidor e baixa de preços de venda.
- C** Os produtos devem apresentar-se devidamente rotulados, nos termos legais
- D** O espaço dedicado à preparação dos produtos para comercialização e à comercialização propriamente dita deve ser particularmente cuidado em termos de sinalética, luminosidade, arranjo e limpeza.
- E** Nestes circuitos curtos só são admitidos os seguintes produtos, devidamente identificados e rotulados nos termos da lei:

Produtos	
Agrícolas, agro-alimentares e não alimentares, considerados como de base local ou da tradição local e que cumpram ou se considere poderem vir a cumprir os critérios específicos da QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Bebidas espirituosas cujo nome é uma IG ou cujo processo de qualificação do nome esteja a ser acompanhado pela QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Produtos cujos nomes estejam em processo de qualificação como DO / IG e cujo processo de qualificação esteja a ser acompanhado pela QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Cujos nomes sejam DO / IG / DOP / IGP e que estejam de acordo com os princípios da Qualifica	X

Da Agricultura Biológica, da Produção Integrada e da Protecção Integrada) e que se apresentem devidamente certificados como tal	X
Pratos gastronómicos, desde que qualificados ou em fase de qualificação pela QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Que estejam em processo de qualificação como ETG e cujo processo de qualificação esteja a ser acompanhado pela QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Que sejam considerados artesanato ao abrigo do Dec. Lei nº 110/2002 e que se sujeitem aos critérios específicos de selecção da QUALIFICA/oriGIn Portugal	X
Que sejam considerados Especialidade Tradicional Garantida (ETG) e que estejam de acordo com os princípios da Qualifica	X
Vinhos (DO / DOP / DOC / IG / IGP / Regional) desde que usando como vedante a cortiça	X
Vinhos históricos (desde que tutelados pela respectiva Associação)	X



4. Bons Exemplos / Boas Práticas de recuperação e valorização de produtos e pratos gastronómicos

De entre os muitos exemplos que podem ser dados no que diz respeito à recuperação/valorização de produtos e de pratos gastronómicos, numa aposta clara de valorização/qualificação de produtos locais, mas também de orientação/educação do consumidor, no sentido de o dotar de conhecimentos que permitam distinguir o que são, de facto, produtos/pratos gastronómicos tradicionais, podem ser referidos os seguintes:

4.1 Concurso Sabores Quase Perdidos⁸⁷/Sabores Quase Esquecidos⁸⁸

De acordo com o Regulamento deste Concurso “...tem âmbito local e é sempre organizado em regime de parceria entre a QUALIFICA/oriGIn PORTUGAL e o membro local – autarquia, agrupamento de produtores, confraria, colectividade, instituição de solidariedade, produtor, comerciante, técnico, etc.

Caso se encontrem produtos e pratos gastronómicos de real valia e em risco de desaparecimento/esquecimento, o âmbito do concurso poderá alargar-se, passando a ter âmbito regional e até mesmo nacional.

1. Objectivos: Valorizar e qualificar produtos e pratos gastronómicos de carácter familiar ou local, dando a conhecer alguns dos melhores saberes e sabores tradicionais de cada região/localidade, evitando que caiam no esquecimento ou que se percam para sempre.
2. Admissão de concorrentes /amostras: Os “concorrentes” devem manifestar o seu interesse junto do membro local ... e devem entregar o formulário relativo ao produto ou ao prato gastronómico, As informações constantes do formulário serão apreciadas em conjunto pela QUALIFICA/oriGIn PORTUGAL e por um representante qualificado do outro

⁸⁷ Marca Nacional nº 550823

⁸⁸ Marca Nacional nº 550821

membro parceiro. Em conjunto decidirão da admissibilidade do produto/prato a concurso, tendo em conta as informações fornecidas, os critérios QUALIFICA/origIn Portugal para produtos tradicionais ou para pratos gastronómicos, o facto de o produto/prato ter uma ligação inequívoca à região e de não ter concorrido a nenhum dos concursos nacionais organizados pela QUALIFICA/origIn PORTUGAL.

Se admitidos a concurso, os produtores serão devidamente avisados para apresentarem uma pequena amostra do produto ou do prato gastronómico, devidamente acompanhados por informação sobre a forma aconselhada para serviço/consumo.

3. Exclusão – São liminarmente excluídos os produtos ou os pratos gastronómicos que não cumpram alguma das condições referidas no ponto 2 ou os possam pôr em causa a imagem dos Produtos Tradicionais Portugueses, designadamente por violação de direitos de Propriedade Intelectual, por imitação, exploração da notoriedade ou da reputação, concorrência desleal ou indução do consumidor em erro, por introdução de modos de produção ou de ingredientes estrangeiros (com excepção do açúcar, cacau, condimentos e especiarias, manifestamente não produzidos em Portugal), por falta de higiene e asseio ou por terem nomes ou designações que, apesar de populares, possam considerar-se impróprios ou ofensivos da lei, da ordem pública ou dos bons costumes...

4.2 Concursos de Produtos Tradicionais Portugueses

Organizados pelo:

- CNEMA (Centro Nacional de Exposições e Mercados Agrícolas), em conjunto com a Associação Qualifica /origIn Portugal⁸⁹, ou



⁸⁹ Ver em <https://concursosnacionais.pt/>

- apenas pela Associação Qualifica /oriGIn Portugal⁹⁰,



cada concurso "...pretende ser uma forma de:

- Motivar os produtores para continuarem a respeitar os modos de produção, as receitas e o uso dos ingredientes que permitem manter a qualidade, a tipicidade e a diferença dos produtos ou dos pratos gastronómicos tradicionais;
- Divulgar produtos ou pratos gastronómicos Tradicionais Portugueses.

Neste momento realizam-se anualmente mais de 40 Concursos de Produtos Tradicionais e de Pratos Gastronómicos Tradicionais Portugueses abrangendo um vastíssimo leque de produtos como queijos, enchidos, presuntos, ensacados, carnes, licores, pão, doces conventuais e outros, sidra e cerveja, azeitonas, alheiras, produtos de confeitaria, aguardentes não vínicas e chocolates, doces de fruta e sal, conservas de pescado, pastéis e empadas, bolo rei e folares, vinagres e condimentos, ervas aromáticas, infusões, gelados e sumos de fruta, méis e azeites com outros ingredientes, mas também pratos gastronómicos, sopas, petiscos e entradas, sobremesas, leguminosas, marisco, leitão e frango assado....e até um concurso de inovação com tradição.

O balanço efectuado permite afirmar que, ao fim de 10 anos, foram premiados largas centenas de produtos (senão mesmo milhares) e muitas pequenas empresas saíram do anonimato, passando a ter lugar efectivo e prestigiado no mercado.

⁹⁰ Ver em <https://gastronomia.qualificaportugal.pt/>

4.3 Município de Castelo Branco

De entre as diversas iniciativas em prol da valorização dos produtos tradicionais destaca-se a realização do Concurso Sabores Quase Perdidos⁹¹/Sabores Quase Esquecidos⁹² o qual permitiu dar grande projecção aos seguintes pratos gastronómicos: arroz doce de Ninho do Açor, bacalhau dos cucos da Póvoa de Rio de Moinhos; batatas em cru de Louriçal do Campo bolos de festa de São Vicente da Beira; botelha de leite de Louriçal do Campo; bucho de ossos de Malpica do Tejo; carnes frescas das Sarzedas; fressura de Escalos de Cima e Lousa; lagostins de água doce de Malpica do Tejo; migas com feijão frade da Lardosa; papas de carolo de Tinalhas; tigelada de Cebolais⁹³

4.4 Município de Mértola

De entre diversas iniciativas deste município destacam-se:

- O projecto “Hortas-Floresta”⁹⁴



⁹¹ Marca Nacional nº 550823

⁹² Marca Nacional nº 550821

⁹³ Cf. com TT 02 - LISTA DE PRODUTOS TRADICIONAIS PORTUGUESES

⁹⁴ <https://agendagotsch.com/pt/syntropic-school-garden-wins-2nd-place-in-a-national-sustainability-contest/>

“o projecto de hortas sintrópicas nas escolas, que iniciamos há apenas seis meses, ganhou o concurso de sustentabilidade promovido pela Fundação Galp em Portugal...”



- Os projectos “Mértola com Gosto” e “Frescos de Mértola”

Promover produtores locais⁹⁵ e os circuitos curtos locais⁹⁶

“Frescos sobre Rodas é um projecto de implementação de um serviço de logística descarbonizada para entrega ao domicílio de produtos frescos comercializados no Mercado Municipal da vila de Mértola”.

- O projecto “à noite no mercado”

“Acontece à noite uma vez por mês nos mercados da Mina de S. Domingos e Mértola. Esta é uma experiência aberta a todos: comunidade e visitantes. Em cada iniciativa há uma conversa sobre um tema relacionado com a alimentação...” e em que são apresentados e ou confeccionados produtos e receitas locais., vinhos, etc....⁹⁷

⁹⁵ <https://www.frescosdemertola.pt/videos-produtores/>

⁹⁶ <https://www.frescosdemertola.pt/~>

⁹⁷ [https://www.cm-mertola.pt/pesquisa/search?searchword=noite%20mercado&searchphrase=natural&areas\[0\]=flexicontent&ordering=newest&cc=p](https://www.cm-mertola.pt/pesquisa/search?searchword=noite%20mercado&searchphrase=natural&areas[0]=flexicontent&ordering=newest&cc=p)



4.5 Município de Odivelas

De entre as diversas iniciativas em prol da valorização dos produtos tradicionais destacam-se:

- O apoio ao pedido de qualificação de Odivelas como Indicação Geográfica para marmelada branca, sendo de realçar todo o trabalho de recuperação e caracterização do produto, o qual já se encontrava muito alterado em relação ao produto original;
- O trabalho de pesquisa histórica e fundamentação da reputação do produto;
- O trabalho de recuperação do restante receituário conventual de Odivelas e de caracterização de cada um dos produtos.



4.6 Município de Oliveira de Azeméis

- **MERCADO À MODA ANTIGA**

“Dezenas de associações e colectividades do concelho, com a ajuda de milhares de figurantes trajados a rigor, unem-se para apresentarem uma recriação fiel do mercado que se realizava no final do século XIX na antiga Praça dos Vales onde, há mais de um século, o centro da vila reunia gente de todas as freguesias do concelho para vender os produtos da terra.

O evento é uma montra das tradições e costumes de outrora onde o visitante ou turista pode ver de tudo, devidamente decorado a rigor: artesãos, utensílios antigos, tendas com produtos agrícolas, comes e bebes tradicionais, música popular e tradicional a cargo de ranchos folclóricos, animação

de rua e profissões tão distintas como a cesteira, o tecelão, a padeira que confecciona o famoso pão de UI, o tamanqueiro, entre outros ofícios.

Este ano o Mercado à Moda Antiga homenageia as padeiras e todo o trabalho que tem sido feito para preservar e promover o pão de UI, um dos produtos mais emblemáticos da gastronomia de Oliveira de Azeméis e que teve, no passado, grande importância na economia local e na própria alimentação dos oliveirenses.”⁹⁸



⁹⁸ In Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis - Agenda (cm-oaz.pt)



- Apoio ao Agrupamento de Produtores (Associação dos Padeiros de UI) para registo das marcas colectivas pão ou pada de UI⁹⁹, canoco de UI¹⁰⁰ e regueifa de UI¹⁰¹



- Apoio ao Estudo de caracterização física, química e sensorial do pão, do canoco e da regueifa de UI efectuado pela ESAS

Apoio ao Agrupamento de Produtores para qualificação de UI como Indicação geográfica para pão ou pada, para canoco e para regueifa, com elaboração dos respectivos Cadernos de Especificações e Documentos Únicos, planos de Controlo, indigitação de Organismos Delegados e demais peças processuais

Aguarda decisão ministerial desde 2019.

⁹⁹ Marca Colectiva nº 562992

¹⁰⁰ Marca Colectiva nº 562948

¹⁰¹ Marca Colectiva nº 562949

4.7 Município de Portalegre

De entre as várias iniciativas de realização de feiras com produtos locais, merece especial destaque a realização da Feira da Doçaria Conventual e Tradicional.

Esta Feira (já na sua 19ª edição, em 2019) tem como objectivos:

- a) “Promover o conhecimento, o uso, a comercialização e o respeito pelos doces e licores conventuais e tradicionais portugueses, valorizando a sua função económica e a sua dimensão social e cultural e satisfazendo as expectativas dos consumidores, sem prejuízo da inovação, designadamente em matéria de formas de apresentação comercial e uso dos mesmos produtos;
- b) Valorizar socialmente os produtores e os territórios de origem;
- c) Valorizar e divulgar os doces e os licores conventuais e tradicionais portugueses;
- d) Atrair novos consumidores e captar o interesse de novos mercados;
- e) Contribuir para a valorização do Património cultural imaterial português; ...”

Pelo facto, apenas podem ser aceites:

- a) Doces e licores conventuais cujos nomes sejam DO / IG / DOP / IGP ou ETG;
- b) Doces e licores que a organização considere como conventuais face à descrição fornecida e à história do Convento de origem apresentada, que sejam produzidos de acordo com a receita original, que usem os ingredientes genuínos e que sejam obtidos/produzidos na área geográfica alegada, ...;
- c) Doces tradicionais cuja história, ingredientes originais, receita, origem geográfica (se alegada) e forma de apresentação estejam fixados em documentação histórica ou com ela relacionada ou familiar, demonstrando uma anterioridade superior a 50 anos bem como o uso de matérias-primas locais ou nacionais (com Excepção do açúcar, do cacau ou do chocolate e de especiarias e condimentos similares);
- d) Licores tradicionais que a organização considere que são produzidos de acordo com a receita original, com ingredientes genuínos e que sejam obtidos/produzidos na área geográfica alegada;

e) Infusões e ervas aromáticas para a preparação de infusões.

A Organização convida expositores a efectuarem a pré-inscrição Os pedidos de pré-inscrição devem ser efectuados através do preenchimento e envio da Ficha de pré-inscrição, fornecida pela Organização e das Fichas Técnicas dos produtos. É determinante para a aceitação dos produtos o envio das respectivas Fichas Técnicas, preenchidas por meios mecânicos, sem rasuras nem emendas manuais.

Assinale-se que o cumprimento destas regras e dos critérios de qualificação relativos a doces conventuais¹⁰², doces¹⁰³, licores e outros produtos tradicionais¹⁰⁴ permitiu que esta Feira fosse QUALIFICADA¹⁰⁵.

Nesta Feira realizam-se, também, os Concursos de Doçaria Conventual e de Licores, abertos exclusivamente aos produtores presentes na Feira. As provas dos produtos são efectuadas durante



¹⁰² Cf. CQ 12 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA DOÇARIA CONVENTUAL PORTUGUESA (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2020/08/CQ-12-crit%C3%A9rios-produto-da-do%C3%A7aria-conventual-3-05072016.pdf>)

¹⁰³ Cf. CQ13 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS DA DOÇARIA TRADICIONAL PORTUGUESA (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2020/08/CQ-12-crit%C3%A9rios-produto-da-do%C3%A7aria-conventual-3-05072016.pdf>)

¹⁰⁴ Cf. CQ 01 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE PRODUTOS TRADICIONAIS (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2020/08/CQ-01-crit%C3%A9rio-tradicional-4-14082020.pdf>)

¹⁰⁵ Cf. CQ 07 - CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE CERTAMES (FEIRAS, MOSTRAS, APRESENTAÇÕES, CONCURSOS, PROVAS, COZINHA AO VIVO E SIMILARES) (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2020/08/CQ-07-crit%C3%A9rios-qualifica%C3%A7%C3%A3o-certames-4-27082020.pdf>)

a manhã de sábado para que os premiados possam beneficiar comercialmente com os prémios obtidos e os consumidores possam fazer escolhas mais informadas.



4.8 Município de Torres Vedras

De entre as várias iniciativas realizadas pelo município de Torres Vedras em prol dos produtos tradicionais e da sua qualificação, destacam-se:

- O apoio dado à ACIRO, na sua qualidade de Agrupamento de Produtores de Pastel de feijão de Torres Vedras, quer no estudo do pastel de feijão, nos seus aspectos físicos químicos e sensoriais, históricos e reputacionais, o qual culminou:

- a) No registo da Marca Colectiva “pastel de Feijão de Torres Vedras”¹⁰⁶, em 2013



¹⁰⁶ Marca Colectiva nº 517628

b) No pedido de registo de Torres Vedras, como Indicação Geográfica, para pastel de feijão, em 2018, com elaboração do respectivo Caderno de Especificações e Documento Único, plano de Controlo, indigitação de Organismo Delegado e demais peças processuais

- O apoio dado aos produtores, designadamente através da realização do “Concurso do Pastel de feijão de Torres Vedras do Ano”, o qual visa, designadamente” ... motivar os produtores para a necessidade absoluta de manter a origem e a tradição da produção do Pastel de Feijão de Torres Vedras e incentivar a continuação da utilização dos ingredientes que permitem manter a qualidade, a genuinidade e a especificidade deste doce que já integra o Património Cultural Imaterial Português”

É de salientar que a empresa vencedora, em cada ano, tem como prémio não só o da divulgação, mas também o de os seus pastéis de feijão serem adquiridos pelo Município para integrar as ofertas institucionais.

4.9 Município de Vinhais

De entre as diversas iniciativas de apoio ao Agrupamento de Produtores destacam-se as que conduziram ao registo de Vinhais como IGP para salpicão, chouriça, alheira, chouriça doce, chouriço azedo, butelo e presunto ou presunto bísaro e de Transmontano como DOP para carne de bísaro Transmontano ou carne de porco.

Destaca-se, ainda, a realização do Concurso Sabores Quase Perdidos¹⁰⁷ /Sabores Quase Esquecidos¹⁰⁸ o qual permitiu dar grande projecção aos seguintes pratos gastronómicos: canelões de Vinhais, couve guisada com fígado de porco ou couve da matança com fígado de porco, cozido de Vinhais, cuscus com salpicão de Vinhais, milhos com chouriça de carne de Vinhais, miolos ou ensopado com costelas de porco bísaro ou ensopado com ossinhos de porco bísaro), pastéis de carne de Vinhais ou pastéis do entrudo, xixos assados no espeto ou xixos de porco bísaro no espeto com couve penca guisada¹⁰⁹

¹⁰⁷ Marca Nacional nº 550823

¹⁰⁸ Marca Nacional nº 550821

¹⁰⁹ Cf. com TT 02 - LISTA DE PRODUTOS TRADICIONAIS PORTUGUESES (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2018/01/TT-02-lista-de-produtos-tradicionais-portugueses-v-28-22012018.pdf>)

5. Bons Exemplos / Boas Práticas de aproximação de produtores e consumidores em Feiras de Produtos Locais

De entre os muitos exemplos que podem ser dados no que diz respeito à aproximação de produtores e consumidores, numa tentativa de valorizar as produções agrícolas ou artesanais locais através da organização de Feiras de Produtos Locais, podem ser referidos os seguintes:

5.1 Feira de Produtos da Terra – Torres Novas

Esta feira realiza-se mensalmente, ao quarto domingo do mês, das 9h às 17h, na Praça dos Claras e conta com uma grande diversidade de produtos locais desde licores, frutas, legumes, doçaria, artesanato, entre outros. O objectivo principal deste mercado é valorização dos produtos da região, preservando tradições e especialidades locais, evitando a sua descaracterização, contribuindo para assegurar a sua qualificação e a sua permanência no tempo.

Foi possível verificar que existe uma elevada confiança nos produtos vendidos neste mercado, dando ainda mais ênfase à necessidade de preservar estes circuitos de proximidade.

Os anos de 2019 e 2020 foram muito difíceis para os pequenos produtores, pois nos CCA o produtor tem um contacto de proximidade que foi anulado com o fecho de feiras e mercados devia à pandemia. Os pequenos produtores mostraram-se apreensivos com o futuro, pois sem este tipo de local para escoamento de produtos ficam quase sem alternativas. Um dos produtores é um caso de sucesso dos CCA da região, pois toda a sua produção (figos secos, verduras e legumes) é na totalidade vendida num circuito curto. Para este produtor este mercado é uma mais valia para a sua pequena exploração agrícola, pois trata-se de um espaço onde os pequenos produtores agrícolas locais podem vender os seus artigos e dar oportunidade à população de consumir o que é produzido localmente, que no seu entender tem mais qualidade. Referiu ainda que há muito trabalho que tem de ser feito no que diz respeito aos CCA, mas há perspectivas de haver cada vez mais aceitação e procura dos consumidores por estes meios de adquirir os seus produtos

5.2 CCA - Mercado Eco Rural de Ourém

O Mercado Eco Rural de Ourém é mais um caso de sucesso para os pequenos produtores, pois aqui é disponibilizado um espaço aos pequenos artesãos e produtores agrícolas locais, onde estes podem vender os seus artigos e dar oportunidade à população de consumir o que é produzido localmente. Este CCA possibilita a venda directa de produtos agrícolas frescos e artigos de artesanato, sendo que é ainda uma maneira de dinamizar a economia local, aumentando os rendimentos complementares da população rural e criando sinergias em torno dos produtos e produtores do concelho, possibilitando o diálogo directo entre produtor e consumidor, sobre a sazonalidade dos produtos agrícolas e benefícios para a saúde

6. PTPT.PT - uma ferramenta de comunicação que aproxima produtores e consumidores ¹¹⁰

A comunicação torna-se crucial para promover o escoamento dos produtos qualificados, fragilidade com que a produção se depara frequentemente.

Existem hoje numerosas formas suportadas pelos meios digitais que assumem maior ou menor complexidade e que oferecem diversos produtos e diversas alternativas logísticas quanto à forma como fazem chegar o produto até ao consumidor. As plataformas (marketplaces), mais do que a loja online, assumem um carácter mais colectivo, disponibilizando os produtos de vários produtores, associando um descritivo do que é a sua história e *performance*, informações que promovem a relação com os consumidores que a consultam para a aquisição, mas também para saber mais sobre as empresas e os seus produtos, facilitando a escolha e potenciando a sua tomada de decisão de consumo.

No entanto, raramente esta informação é minuciosa e informa claramente sobre os ingredientes usados ou sobre a forma e época de consumo do produto ou sobre as suas características sensoriais

¹¹⁰ Ptpt.pt é uma Marca Nacional (nº 565516)

e nutricionais. E muito raramente o consumidor consegue distinguir entre produtos vulgares e produtos com Origem reconhecida ou com Qualidade e Tradicionalidade comprováveis

Mas os Produtos Tradicionais Portugueses proporcionam-nos toda uma paleta de possibilidades de comer melhor, com segurança alimentar e equilíbrio nutricional.

Produzidos muitos deles há centenas (e alguns mesmo há milhares de anos), os Produtos Tradicionais têm um longuíssimo historial de segurança alimentar, completada por outros elementos que são de grande importância: proporcionam o prazer da boa mesa, são elemento agregador de famílias e amizades e permitem desfrutar de um património cultural arreigado às nossas melhores gastronomias locais e conviviais.



um sítio com corpo e alma portugueses

App gratuita, disponível para IOS e Android
Também em <http://ptpt.pt/>

Sejam quais forem e a que grupo pertençam, todos têm um nome próprio, que os qualifica e comprova a sua origem, reputação, genuinidade, tradicionalidade ou modo de produção particular.

Doces, picantes, sumarentos, frescos, amanteigados, suculentos, fumados, amargos, carnudos, acres, acídulos, dulcíssimos, tenros, fundentes, macios, pungentes, aromáticos... é todo um mundo de adjectivos para qualificar sabores e saberes tradicionais, modos de produção ancestrais, genuínos, respeitadores de ambientes, terras e homens...

Mas... os tradicionais estão a perder mercado. E um dos factores determinantes é a dificuldade sentida pelos produtores na definição e caracterização dos seus produtos bem como de uma forma atraente e prática da sua apresentação comercial.

Fichas técnicas e descritivas muito pobres, rotulagem escassa em informação comercial e nutricional, modo de preparação ausente ou deficiente, lacunas evidentes ao nível da caracterização química, sensorial e nutricional tornam difícil aos consumidores, sobretudo aos mais jovens, entender a origem, a qualidade, a tipicidade, a ancestralidade, a sustentabilidade e a diferenciação dos produtos “tradicionais” em relação a produtos industriais de fraca qualidade mas

de forte capacidade promocional e providos de informação técnica abundante e embalagens atraentes.

Torna-se assim crítico para os produtores obterem um serviço técnico altamente qualificado que os ajude a proceder de forma competente:

- À descrição técnica e factual do seu produto, incluindo as suas matérias-primas, origem geográfica e histórica, o seu modo de produção tradicional, a época de produção e consumo e forma e prazo de conservação;
- À boa utilização da caracterização física, química, nutricional e sensorial requerida pela lei e pelos consumidores, mas em moldes capazes de lhes fazer entender as vantagens do seu consumo, a origem da sua diferença e a proximidade com a natureza;
- À demonstração da forma de apresentação comercial do seu produto, capaz de aliar a origem, a tradicionalidade e genuinidade às melhores práticas de comercialização e à facilidade da sua escolha e consumo;
- À indicação do modo de preparação e ou de apresentação, bem como da indicação sobre possíveis complementaridades com outros géneros alimentícios, incluindo acompanhamentos e bebidas, em termos de provocar um consumo equilibrado e responsável, mas atraente e moderno;
- À referência do preço indicativo, da época e forma de consumo, do modo de conservação e de utilização e, sobretudo, dos locais de venda – físicos e electrónicos.

Iniciada em 2016, a PTPT¹¹¹ – Património Tradicional Português - surge como referência para dar a conhecer patrimónios, produtores, sabores e saberes tradicionais portugueses.

“Diz-se que temos um património fantástico.... Diz-se que temos uma Gastronomia fabulosa.... Diz-se que ainda produzimos de forma humana, respeitando a natureza, a biodiversidade e a cultura.... Diz-se que os nossos produtos tradicionais são dos melhores do mundo.... Diz-se que estes produtos têm capacidade para atrair turistas e para ser exportados.... Diz-se que ainda sabemos usar práticas ancestrais, instrumentos antigos, modos de produção respeitadores do meio ambiente e do homem.... Diz-se que os produtos tradicionais portugueses transportam para o futuro o que de melhor tem o passado.... Diz-se que os produtos tradicionais portugueses têm forçosamente que

¹¹¹ <https://www.ptpt.pt/> e app PTPT

ter qualidade pois se a não tivessem, há muito tempo que teriam desaparecido do mercado. Diz-se....!

Na PTPT estamos a demonstrar tudo isto. A pouco e pouco estamos a enriquecer esta plataforma com os nossos melhores produtos tradicionais – alimentares e não alimentares. Mas também com as suas grandes Histórias e pequenas estórias, com os seus provérbios, com os seus instrumentos específicos, com os seus modos de produção particulares, com as suas origens geográficas, com os seus locais de produção, de venda e de estudo. E daremos conta daqueles que já estão qualificados ao abrigo de leis ou de critérios conhecidos e validados!

Na PTPT estamos à descoberta destas histórias, dos saberes que continuam a ser passados de geração em geração e onde poderemos encontrar os melhores dos melhores.”

De realçar que os produtos/pratos gastronómicos que figuram na PTPT são escolhidos¹¹² pela gerência, de entre os produtos já qualificados ou que tenham sido premiados em Concursos Nacionais de Produtos Tradicionais Portugueses, sendo possível ao consumidor efectuar encomendas directas aos produtores, através da plataforma (app PTPT).

Os produtos, produtores e lojas referenciados por escolha da empresa proprietária da PTPT.PT podem inserir publicidade paga e informação para além da que está prevista como base.

A PTPT também aceita publicidade institucional ou comercial, desde que em nada prejudique os produtos tradicionais portugueses.

A pesquisa pode ser feita por nome de produto, nome de produtor, nome de estabelecimentos comerciais, palavras-chave (tags) e, desde que os produtores e outros operadores forneçam as suas coordenadas, é possível fazer pesquisa na base de dados através das coordenadas google.

A curto prazo haverá grandes novidades nesta plataforma, permitindo uma pesquisa mais abrangente e que permite avaliar a genuinidade de muitos produtos.

Tendo em conta os princípios enunciados e a forma de entrada dos produtos na aplicação, já foi solicitada e obtida a qualificação¹¹³ como LOJA QUALIFICADA

¹¹² Não é cobrado nenhum direito de entrada

¹¹³ Ver CQ 04 CRITÉRIOS PARA QUALIFICAÇÃO DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS OU LOJAS (<https://qualificaportugal.pt/wp-content/uploads/2020/08/CQ-04-criterio-qualifica%C3%A7%C3%A3o-de-lojas-3-22082020.pdf>)



ptpt
produtos tradicionais
portugueses

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este guia procura mostrar exemplos de boa utilização de critérios para qualificar produtos, qualificar modos de produção e qualificar circuitos comerciais, entre os quais os circuitos curtos. Pretende constituir uma resposta a algumas das dificuldades percebidas pelos seus autores com os diferentes agentes da cadeia de abastecimento de produtos tradicionais, em especial os que comercializam os seus produtos através de circuitos curtos. Neste guia mostra-se a importância estratégica da utilização das marcas colectivas ou dos regimes de qualidade, tanto para os produtores que a eles aderem como tentativa de acréscimo de valor para os seus produtos, mas que também podem representar acréscimo de valor e garantia de origem para quem compra e/ou quem consome. Procura-se que a adopção de rigorosos critérios de qualificação confira diferenciação aos produtos oferecidos e aproxime produtores e consumidores, incrementando confiança e credibilidade.

As opções estratégicas que se abordam neste documento poderão ser importantes para reconectar produtores e consumidores aos territórios, opondo-se a um conjunto amplo de dietas com muitas características comuns. Esta re-territorialização dos alimentos é uma oportunidade para o alinhamento de diferentes programas nas comunidades, com benefícios nutricionais, socioeconómicos e ambientais. Trata-se de um importante desafio que não deve ser reduzido a um âmbito geográfico ou espacial.

Após anos de globalização da indústria alimentar, que conduziram a fluxos alimentares que afastaram os modos de produção das conotações simbólicas e identitárias, as boas práticas elencadas neste guia permitem identificar caminhos que no pós-pandemia podem ajudar a garantir uma melhor resiliência alimentar, a garantir o abastecimento dos alimentos com conotações simbólicas e emocionais como os que foram objecto desta acção e a preservar modos de produção e consumo sustentáveis e eticamente inatacáveis.

Agradece-se às entidades que permitiram evidenciar boas práticas neste guia.