

PLAIN PACKAGING

(Embalagens Genéricas)

O que são as embalagens genéricas?

- Trata-se da proibição do uso nas embalagens de logomarcas, cores ou qualquer elemento gráfico que permita a diferenciação entre os produtos
- Permite-se exclusivamente a impressão do nome da marca, em fonte e tamanho pré-determinados, sobre um fundo padronizado (verde oliva)
- A medida também determina um único formato para as embalagens e chega até mesmo a proibir qualquer tipo de impressão no próprio cigarro.
- Aprovada na **Austrália** em **Dez/2011** a medida entrou em vigor em **Dez/2012**



Austrália: foi uma medida eficaz?

Estudo da London Economics aponta que não houve redução no número de fumantes:

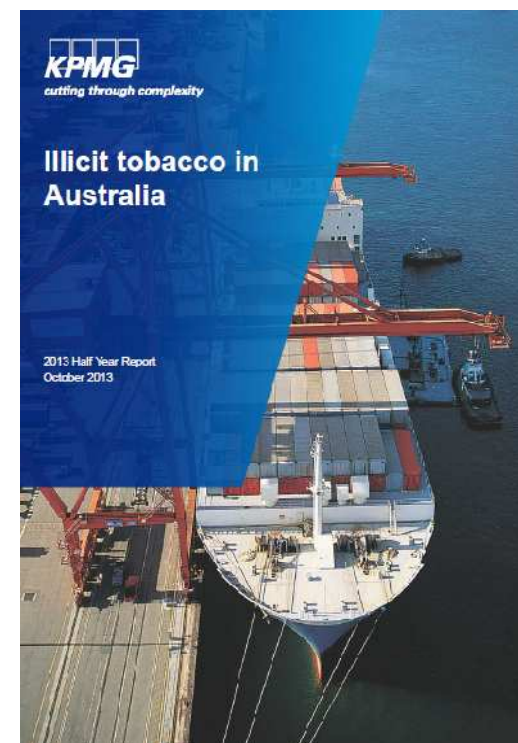
Fumantes diários:

- Jul/Out 2012 – **20,4%**
- Mar 2013 – **19,5%**
- Jul 2013 – **20,0%**



Estudo da KPMG aponta o crescimento do mercado ilegal:

- Dez 2012 – **11,8%**
- Dez 2013 – **13,9%**



Cenário Internacional - OMC



- **5 Painéis** abertos (ou em processo de) **contra a Austrália:**
 - **Ucrânia, Honduras, República Dominicana, Cuba e Indonésia**
- Só no Painel da Ucrânia há **35 third-parties** (incluindo o **Brasil**), recorde absoluto da OMC
- Decisão final prevista para **final de 2015/2016**

TBT (Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio):

“Art. 2.2 – Os Membros assegurarão que os regulamentos técnicos não sejam elaborados, adotados ou aplicados com a finalidade ou o efeito de criar obstáculos técnicos ao comércio internacional. Para este fim, os regulamentos técnicos não serão mais restritivos que o necessário para realizar um objetivo legítimo, tendo em conta os riscos que a não realização criaria.”

TRIPS (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio)

“Art. 20 – O uso comercial de uma marca não será injustificadamente sobrecarregado com exigências especiais, tais como o uso com outra marca, o uso em uma forma especial ou o uso em detrimento de sua capacidade de distinguir os bens e serviços de uma empresa daqueles de outra empresa.”

Cenário Nacional – ANVISA

Folha de SP - “Esse é o próximo passo que o Brasil precisa dar. A Anvisa vai mover esforços técnicos para demonstrar o benefício de uma medida como essa e esforços políticos para que o país faça a discussão.”

VEJA – “A Anvisa vai enviar um projeto de lei ao Congresso, até março, instituindo uma embalagem padronizada para todas as marcas de cigarros comercializados no país. A proposta tem por objetivo acabar com a identidade visual de todas as marcas da indústria do tabaco. Com isso, os maços teriam exatamente a mesma aparência, contendo apenas o nome do produto e do fabricante. O modelo é inspirado na experiência australiana.”

Cenário Nacional - Congresso Nacional

- PLS 154/12 – 1º PL de PP (Modelo Australiano) apresentado no Brasil – Maio/2012
- Autor: Senador Rodrigo Rollemberg (PSB-DF)
- PL retirado pelo próprio autor em Julho/2013 e reapresentado em Abril/2014
- PL 6792/13 – Segundo PL de PP (Modelo Australiano) apresentado no Brasil – Novembro/2013
- Autor: Deputado Gabriel Guimarães (PT-MG)
- Está apensado ao PL 6869/2010 – Comissão Especial



Comoditização – Na contramão do mercado

- Como resposta a um mercado consumidor cada vez mais exigente, a indústria da alimentação – e por consequência o agronegócio – têm seguido o caminho da “descomoditização”
- Produtos de qualidade superior são desenvolvidos de forma a criar categorias específicas que permitam a diversificação do portfólio para o atendimento da demanda cada vez mais variada (processo de “*premiumização*”)



- Efeito sistêmico: apoiar, internacional ou nacionalmente, uma medida como as embalagens genéricas que promove a “comoditização” de uma categoria cria um precedente perigoso para outros setores

Cenário do tabaco brasileiro

- O Brasil é o 2º maior produtor e o maior exportador mundial de tabaco
- Em virtude do trabalho feito pelo setor com apoio do MAPA, o tabaco brasileiro é reconhecido mundialmente pela sua qualidade superior, quando comparado aos concorrentes diretos (EUA, Zimbábue, Malauí, Índia, etc.)
- Isso nos permite obter preços melhores no mercado internacional
- Apoiar – internacional ou nacionalmente – uma medida como as embalagens genéricas que determina que “todos os produtos são a mesma coisa” bate de frente com a nossa agenda estratégica de exportações.

