

Ενημέρωση Επιχειρηματιών

Γενικά, για οποιαδήποτε πληροφορία αφορά τόσο εξαγωγική όσο και επιχειρηματική δραστηριοποίηση στις ΗΠΑ, παραπέμπουμε στην εξαιρετικά χρηστική ιστοσελίδα της αμερικανικής διοίκησης <http://www.business.gov/>, όπου συγκεντρώθηκαν όλες οι επιμέρους ιστοσελίδες, υπηρεσίες και πληροφορίες σχετικά με το **doing business in the USA**, το οποίο στην περίπτωση των ΗΠΑ περιλαμβάνει και το 'πλαίσιο' σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής.

Στη δεξιά στήλη, επί παραδείγματι, ανευρίσκονται γενικές κατηγορίες πληροφοριών (Start a Business, Register a Business, Business Types & Industries), ειδικότερες πληροφορίες (ασφάλιση της επιχείρησης, φορολογικά θέματα, διαφήμιση/μάρκετινγκ), αλλά και οι εξαιρετικά κρίσιμες πληροφορίες για κάθε επιχειρηματία που αφορούν το επιμέρους πλαίσιο δραστηριοποίησης ανά Πολιτεία (State & Local). Τονίζουμε εδώ ότι στις ΗΠΑ σημειώνεται μεγάλη διαφοροποίηση στο ρυθμιστικό πλαίσιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης από Πολιτεία σε Πολιτεία αλλά και στα επιμέρους counties (κομητείες).

1. Οδηγός για τους εξαγωγείς τροφίμων στις ΗΠΑ

➤ Διαδικασία εισαγωγής

i. Πού μπορώ να βρω πληροφορίες για την εισαγωγή τροφίμων στις ΗΠΑ?

Το σύνολο των υποχρεώσεων/προϋποθέσεων για την εισαγωγή προϊόντων τροφίμων στις ΗΠΑ μπορεί να ανευρεθεί στο σύνδεσμο

<http://www.fda.gov/Food/InternationalActivities/Imports/default.htm>, όπου

καταγράφονται αναλυτικά τα βήματα:

- [Import Program](#)
- [Prior Notice of Imported Foods](#)
- [Food Facility Registration](#)
- [Acidified & Low-Acid Canned Foods](#)
- [Food Safety](#)

▪ [Chapter 5 - Food, Colors, and Cosmetics, subchapter 510](#)

Συγκεκριμένα, σε ανωτέρω σύνδεσμο, παρέχονται αναλυτικές πληροφορίες για την εισαγωγή/διάθεση τροφίμων στην εγχώρια αγορά όπως πχ. οι περιπτώσεις ‘παρέμβασης’ της FDA στις τελωνειακές διαδικασίες (δειγματοληψία, έλεγχος καταλληλότητας τροφίμων και τελική έγκριση εισαγωγής), η σήμανση τροφίμων με ετικέτα συστατικών (ingredients) και διατροφικών στοιχείων (nutrition facts), η διαδικασία Prior Notice of Imported Foods κλπ.

ii. Ποιο είναι το πρώτο βήμα της εξαγωγικής δραστηριότητας στις ΗΠΑ?

Πρώτη και βασική (απαραίτητη) ενέργεια είναι η πρόσληψη τοπικού πράκτορα, ο οποίος θα μεσολαβεί μεταξύ της εκάστοτε εταιρείας και της FDA για τυχόν προβλήματα που μπορεί να εμφανισθούν κατά την εξαγωγική δραστηριότητα.

iii. Ποιοι είναι οι κανονισμοί εμπορίας τροφίμων στην επικράτεια των ΗΠΑ?

Η FDA έχει θέσει σε ισχύ τέσσερις κανονισμούς εμπορίας τροφίμων στην επικράτεια ΗΠΑ, κατ' εφαρμογή του νόμου Bioterrorism Act για την προστασία της αλυσίδας προμήθειας τροφίμων/κτηνοτροφών από τρομοκρατική επίθεση. Συγκεκριμένα: 1) *Registration of Food/Feed Facilities*, 2) *Prior Notice of Imported Food Shipments*, 3) *Administrative Detention and Maintenance*, και 4) *Inspection of Records*. Σύμφωνα με τους δύο πρώτους απαιτείται οι εξαγωγείς τροφίμων να εγγράφονται σε ειδικό μητρώο της υπηρεσίας FDA, καθώς και να ειδοποιούν τις τελωνειακές αρχές πριν από κάθε αποστολή φορτίου. Για πλήρη ενημέρωση επί του θέματος βλ. υποσελίδα www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html.

➤ ***Δήλωση Καταχώρησης ή Εγγραφή (Food Facility Registration)***

iv. Τι είναι η Δήλωση Καταχώρησης/Εγγραφή (Food Facility Registration)?

Από το 2002, ανάμεσα στις υποχρεώσεις, για όλες τις εταιρείες που προτίθενται να εξάγουν προϊόντα στις ΗΠΑ, είναι η εγγραφή (*Food Facility Registration*) του εργοστασίου παραγωγής τους και οπωσδήποτε προ της εισαγωγής των προϊόντων, μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος της FDA.

v. Τι είναι η άδεια εισαγωγής του Υπουργείου Υγείας των ΗΠΑ?

Με βάση τον καινούργιο αντιτρομοκρατικό νόμο, ο εξαγωγέας πρέπει να εγγραφεί και να πάρει έναν αριθμό αδείας εισαγωγής από την FDA, η οποία ανήκει στο Υπουργείο Υγείας. Ο αριθμός αυτός δεν ισοδυναμεί με άδεια εισαγωγής των προϊόντων. Η δήλωση αυτή, γνωστή ως *Food Facility Registration Form No 3537*, υποβάλλεται μόνον δια μέσου διαδικτύου στα αγγλικά και είναι διαθέσιμη στην ιστοσελίδα www.access.fda.gov.

vi. Είναι η Εγγραφή υποχρεωτική?

Η διαδικασία αυτή είναι υποχρεωτική. Σύμφωνα δε με τους νέους κανονισμούς (στο πλαίσιο των νέων διατάξεων του *Νόμου περί Εκσυγχρονισμού της Ασφάλειας Τροφίμων/FSMA - παρ. 102*) όλες οι εγκαταστάσεις τροφίμων που εξάγουν στις ΗΠΑ προϊόντα (σύμφωνα με τους κανονισμούς εμπορίας τροφίμων), πρέπει να επαν-εγγράφονται *κάθε δύο χρόνια*.

vii. Πώς υποβάλλεται η αίτηση Εγγραφής?

Ο ιδιώτης, ή η εταιρεία, ή οποιοδήποτε εξουσιοδοτημένο άτομο, που αναλαμβάνει εκ μέρους του εξαγωγέα την Εγγραφή, μπορεί να υποβάλει τη σχετική αίτηση ηλεκτρονικά μέσω του ιστότοπου:

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/RegistrationofFoodFacilities/default.htm>.

Μέσω του παραπάνω ηλεκτρονικού συστήματος μπορούν επίσης να επικαιροποιηθούν στοιχεία της εταιρείας ή να ακυρωθεί μια Εγγραφή (π.χ. εξαιτίας αλλαγής στην ιδιοκτησία μιας εταιρείας ή παύση της λόγω χρεοκοπίας).

Εναλλακτικά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί η αίτηση της FDA 3537 (μπορεί να ανευρεθεί στην ιστοσελίδα:

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/RegistrationofFoodFacilities/ucm073728.htm>.)

Η παραπάνω αίτηση (συμπληρωμένη) μπορεί να αποσταλεί με φαξ στο (+1) 301-436-2804 ή με ταχυδρομείο στην διεύθυνση:

U.S. Food and Drug Administration
Food Facility Registration (HFS-681)
5100 Paint Branch Pkwy
College Park, MD 20740.

Επίσης, η FDA παρέχει την δυνατότητα υποβολής της ανωτέρω αίτησης και σε μορφή CD-ROM. Περισσότερες πληροφορίες διατίθενται στην ιστοσελίδα:

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/RegistrationofFoodFacilities/ucm073728.htm#cd>.

viii. Η FDA απαιτεί η αίτηση Εγγραφής να υποβάλλεται σε ηλεκτρονική μορφή?

Όχι. Προς το παρόν, η εγγραφή μπορεί να γίνει και εγγράφως (βλ. παραπάνω). Εντούτοις, στο μέλλον η FDA σκοπεύει να εφαρμόσει την ηλεκτρονική μόνο υποβολή της αίτησης εγγραφής, καθώς και της ανανέωσης, ενημέρωσης αλλαγών και ακύρωσης. Αυτό όμως δεν μπορεί να τεθεί σε ισχύ πριν από τις 4 Ιανουαρίου 2016. Ωστόσο, η FDA ενθαρρύνει την ηλεκτρονική μορφή καθώς είναι πιο αποτελεσματική, πιο γρήγορη και παρέχει άμεση έκδοση του αριθμού εγγραφής/καταχώρισης.

ix. Κάθε πότε απαιτείται ανανέωση της Εγγραφής?

Η ανανέωση της Εγγραφής πρέπει να γίνεται κάθε δύο χρόνια, κατά τη διάρκεια της περιόδου μεταξύ 1^{ης} Οκτωβρίου και 31^{ης} Δεκεμβρίου κάθε μονού έτους.

x. Για τη διετή ανανέωση της Εγγραφής απαιτείται η επανυποβολή όλων των πληροφοριών (αρχικής) καταχώρισης?

Η διαδικασία ανανέωσης είναι συνοπτική, εφόσον δεν έχουν πραγματοποιηθεί αλλαγές στις πληροφορίες της επιχείρησης (σε εκείνες που ήδη έχουν εγγραφεί στην αρχική αίτηση). Οι επιχειρήσεις στις οποίες έχουν υπάρξει αλλαγές στις αρχικές τους πληροφορίες/πληροφοριακά στοιχεία, πρέπει να υποβάλουν τις αλλαγές τους.

xi. Πότε δίδεται ο αριθμός εγγραφής μιας εγκατάστασης τροφίμων/επιχείρησης?

Η FDA εκδίδει τον αριθμό εγγραφής για να επιβεβαιώσει την καταχώριση της εκάστοτε εγκατάστασης τροφίμων. Στην ηλεκτρονική καταχώριση, ο αριθμός εγγραφής αποστέλλεται ηλεκτρονικά και αμέσως μετά την υποβολή της καταχώρισης. Στην καταχώριση μέσω φαξ, η FDA αποστέλλει τον αριθμό εγγραφής με φαξ. Στην καταχώριση μέσω ταχυδρομείου ή μέσω CD-ROM, η FDA αποστέλλει τον αριθμό εγγραφής μέσω ταχυδρομείου.

xii. Τι σημαίνει η έκδοση του αριθμού εγγραφής?

Η έκδοση του αριθμού εγγραφής σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει πλέον εγγραφεί/καταχωρηθεί στην FDA. Ωστόσο, αυτό σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει ότι η FDA εγκρίνει ή πιστοποιεί την εγκατάσταση ή τα προϊόντα αυτής.

➤ **Agents/Brokers**

xiii. Έστω ότι μια αλλοδαπή/ξένη εγκατάσταση τροφίμων/επιχείρηση συνεργάζεται με διάφορους brokers. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν περισσότεροι από ένας broker ως agent στις ΗΠΑ?

Όχι. Σύμφωνα με την FDA [21 CFR 1.227(b)(13)(iii) and Comment 86 in the preamble to the Interim Final Rule], κάθε ξένη επιχείρηση επιτρέπεται να έχει μόνο έναν agent υπεύθυνο για θέματα καταχώρησης/εγγραφής της επιχείρησης. Ωστόσο, αυτό αφορά μόνο τη διαδικασία εγγραφής και δεν αποκλείει σε μια εταιρεία τη δυνατότητα να διαθέτει διάφορους brokers για άλλου είδους επιχειρηματικές δράσεις.

xiv. Απαιτείται πληρεξούσιο για να μπορεί ο επιτόπιος agent μίας εγκατάστασης τροφίμων/επιχείρησης να την εκπροσωπεί στις ΗΠΑ?

Δεν απαιτείται αλλά ούτε αποκλείεται η ύπαρξη πληρεξουσίου για να μπορεί ο agent να εκπροσωπεί/εργάζεται για την εγκατάσταση [21 CFR 1.227(b)].

xv. Μπορεί μια εγκατάσταση τροφίμων να αλλάξει agent μετά την εγγραφή?

Ναι. Η ξένη επιχείρηση μπορεί να αλλάξει τον επιτόπιο agent της οποιαδήποτε στιγμή. Πρέπει όμως να ενημερώσει για τυχόν αλλαγές (επικαιροποιήσει τα στοιχεία που έχει δώσει κατά την εγγραφή της), εν προκειμένω για τον νέο εκπρόσωπό της (agent), μέσα σε 60 ημέρες από την πραγματοποίηση της αλλαγής [21 CFR 1.234(a)]. Η επικαιροποίηση των στοιχείων μπορεί να γίνει ηλεκτρονικά στον σύνδεσμο:

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/RegistrationofFoodFacilities/default.htm>.

Εναλλακτικά, εάν η εγγραφή έχει γίνει μέσω ταχυδρομείου, οι αλλαγές μπορεί να υποβληθούν ταχυδρομικώς.

xvi. Πώς μπορεί μια ξένη επιχείρηση να εξουσιοδοτήσει κάποιον ατζέντη στις ΗΠΑ (π.χ. με επιστολή στην FDA, με ενημερωτικό έγγραφο)?

Από πλευράς FDA, και για λόγους καταχώρησης, είναι επαρκής η δήλωση του ονόματος και των στοιχείων επικοινωνίας του επιτόπιου ατζέντη κατά την εγγραφή. Κατ' αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να «εξουσιοδοτήσει» τον ατζέντη. Ωστόσο, από επιχειρηματική σκοπιά, η εταιρεία μπορεί να επιθυμεί να επισημοποιήσει την σχέση της με τον ατζέντη υπογράφοντας αμοιβαία κάποιο είδος γραπτής συμφωνίας. Ανεξαρτήτως επίσημης ή ανεπίσημης συμφωνίας μεταξύ της εταιρείας και του ατζέντη, η FDA θεωρεί ότι το άτομο που έχει οριστεί ατζέντης κατά την εγγραφή/καταχώριση της εν λόγω εταιρείας έχει πιστοποιηθεί να φέρεται ως τέτοιος από την ίδια την εταιρεία.

xvii. Μπορεί μια ξένη επιχείρηση να διορίσει επιτόπιο ατζέντη για μερικούς μήνες του έτους και άλλον ατζέντη για το υπόλοιπο έτος?

Ναι. Ωστόσο, για οποιαδήποτε αλλαγή στην επιλογή του ατζέντη, η εταιρεία οφείλει να ενημερώσει την FDA επικαιροποιώντας τις πληροφορίες εγγραφής/καταχώρησης μέσα σε 60 ημέρες από την πραγματοποίηση της αλλαγής (21 CFR 1.234).

xviii. Μπορεί μία θυγατρική ξένη επιχείρηση να χρησιμοποιεί διαφορετικό επιτόπιο ατζέντη για την εγγραφή της από τον ατζέντη που έχει η μητρική εταιρεία στην οποία ανήκει?

Ναι. Δεν υφίσταται ειδική απαίτηση να υπάρχει κοινός ατζέντης για τη μητρική και θυγατρική επιχείρηση, όπως δεν αποκλείεται να υπάρχει ένας επιτόπιος ατζέντης και για τις δύο εταιρείες, ο οποίος να έχει οριστεί από κοινού για να εξυπηρετήσει τους σκοπούς εγγραφής/καταχώρισης.

➤ **Σήμανση/ετικέτες**

xix. Τι είναι η σήμανση/ετικέτα στα εισαγόμενα στις ΗΠΑ προϊόντα?

Τα εισαγόμενα προϊόντα πρέπει απαραιτήτως να φέρουν σήμανση χώρας προέλευσης (country of origin label) -η FDA μπορεί να απαγορεύσει τον εκτελωνισμό τροφίμων σε περίπτωση "misbranding" (εσφαλμένων πληροφοριών στις ετικέτες).

xx. Ποια είναι η αρμόδια αμερικανική υπηρεσία?

Αρμόδια Υπηρεσία για την έγκριση της ετικέτας είναι η Αμερικανική Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων (www.fda.gov) η οποία και παρέχει τους κανονισμούς σήμανσης για συμβατικά τρόφιμα.

xxi. Πώς εγκρίνεται η ετικέτα εισαγωγής προϊόντων και τι πρέπει να αναγράφεται σε αυτήν?

Όσον αφορά στην ετικέτα των προς εισαγωγή προϊόντων, η έγκρισή της γίνεται από την FDA. Η ετικέτα φέρει στην αγγλική τα εξής στοιχεία υποχρεωτικά:

- Το όνομα του προϊόντος (Statement of product - Identity), το οποίο αναγράφεται με έντονους χαρακτήρες.
- Το βάρος του προϊόντος, το οποίο πρέπει να αναφέρεται στο Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα.¹
- Το μέγεθος των γραμμάτων και αριθμών της ετικέτας δεν μπορεί να είναι λιγότερο από 1,6mm.
- Τον πλήρη κατάλογο των συστατικών, τα οποία πρέπει να αναγράφονται κατά σειρά σπουδαιότητας εκ των άνω.
- Warning Statement: για ορισμένα προϊόντα είναι απαραίτητο να αναγράφεται εάν η συσκευασία είναι αεροστεγής, εάν υπάρχουν ιχνοστοιχεία διαιτητικά με βάση πρωτεΐνες, εάν περιέχουν σακχαρίνη ή να γίνεται μνεία, εάν υπάρχουν, υλικών που επηρεάζουν την υγεία.
- Προαιρετικά στην ετικέτα αναφέρονται τα θρεπτικά στοιχεία του προϊόντος (nutrition facts).
- Εάν μία εταιρεία παράγει ένα προϊόν που περιέχει περισσότερο από 0,5 γραμμ. υποακόρεστα λίπη (trans-fats), πρέπει να το αναφέρει στην ετικέτα. Εάν το ποσοστό είναι κατώτερο, η εταιρεία δικαιούται να αναφέρει: Trans-fats zero ή να δηλώσει (not a significant source of trans-fats).

¹ Για το Αμερικανικό Μετρικό Σύστημα, βλ. National Bureau of Standards (NBS): Office of Weights and Measures/Metric Program, National Institute of Standards and Technology (address: 100 Bureau Drive, Stop 2000, Gaithersburg, MD 20899-2000, tel: +1 (301) 975-3690, fax: +1 (301) 948 1416, Email: metric_prg@nist.gov, URL: <http://www.nist.gov/metric>)

xxii. Από πού μπορώ να αντλήσω πληροφορίες για τη σήμανση?

Για τη σήμανση, βλ. <http://www.fda.gov/Food/LabelingNutrition/default.htm>, Labeling & Nutrition - Food Labeling and Nutrition Overview
<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/default.htm>, Guidance for Industry: A Food Labeling Guide, και
<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/ucm064904.htm>, για χύδην προϊόντα (π.χ., Bulk Containers,
<http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/ucm064904.htm#exbulk>

➤ **Εισαγωγή προϊόντων ζωικής προέλευσης**

xxiii. Μπορώ να εξάγω προϊόντα ζωικής προέλευσης στις ΗΠΑ?

Τα προϊόντα ζωικής προέλευσης δεν μπορούν να εισαχθούν στις ΗΠΑ εάν η Ελλάδα είναι η χώρα προέλευσής τους, παρά μόνο εάν προέρχονται από πιστοποιημένους φορείς στις επιλέξιμες χώρες (eligible), δεδομένου ότι η χώρα μας δεν έχει την ισοδυναμία με τις ΗΠΑ για τα προϊόντα κρέατος και πουλερικών.

Για οποιοδήποτε προϊόν ζωικής προέλευσης που εισάγεται στις ΗΠΑ, ο εξαγωγέας θα πρέπει πρωτίστως να έρθει σε επαφή με την APHIS για την έκδοση ειδικής άδειας (βλ. <http://www.aphis.usda.gov/permits/>). Συνεπώς, καμία κτηνιατρική πιστοποίηση δεν αναγνωρίζεται εφόσον δεν έχει εκδοθεί από την APHIS ή από επιλέξιμη χώρα. Για περισσότερες πληροφορίες, βλ. <http://www.aphis.usda.gov/regulations/vs/iregs/animals/> (Regulations and Assessments, International Animal Export Regulations) και <http://www.aphis.usda.gov/regulations/vs/iregs/products/> (Regulations and Assessments, International Animal Products Export Regulations).

Η χώρα μας βρίσκεται ήδη σε συνεργασία με την αρμόδια Αμερικανική Διεύθυνση του Υπουργείου Γεωργίας ΗΠΑ (Food Safety & Inspection Service, <http://www.fsis.usda.gov/>) προς ολοκλήρωση των απαιτούμενων σχετικών διαδικασιών ισοδυναμίας με ΗΠΑ (αρμόδια Γενική Διεύθυνση Κτηνιατρικής του Υπουργείου

Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων (*contact person*: Π. Παπαδάκη, τηλ.: 210 212 5755, φαξ: 210 8229188, e-mail: ka6u022@minagric.gr).

xxiv. Τι ισχύει για τα προϊόντα αυγών?

Επί του παρόντος, εγκεκριμένη πηγή προέλευσης για τα προϊόντα αυγών που χρησιμοποιούνται ως συστατικό προϊόντων τροφίμων θεωρείται:

- από τις ΗΠΑ ή τον Καναδά
- από τα κελύφη αυγών [ανεξάρτητα από τη χώρα προέλευσης] που είναι σπασμένα και άμεσα ενσωματωμένα στα τρόφιμα, ή
- όταν το τμήμα αυγών προέρχεται από τα κελύφη αυγών που ήταν σπασμένα και παστεριωμένα πριν από την ενσωμάτωση στα τρόφιμα [ανεξάρτητα από τη χώρα προέλευσης].

➤ **Οργανικά προϊόντα**

xxv. Ποιο είναι το ρυθμιστικό πλαίσιο για τα οργανικά/βιολογικά προϊόντα?

Η Υπηρεσία Agricultural Marketing Service του Αμερικανικού Υπουργείου Γεωργίας (U.S. Department of Agriculture/USDA) επιτηρεί το Εθνικό Πρόγραμμα για τα Οργανικά προϊόντα (National Organic Program/NOP). Οι κανονισμοί του NOP εμπεριέχουν τον ορισμό «οργανικό» και παρέχουν προς πιστοποίηση προϊόντα με συστατικά που έχουν παραχθεί υπό συνθήκες συμβατές με τον ορισμό. Περιλαμβάνουν επίσης πρότυπα σήμανσης βάσει του ποσοστού των οργανικών συστατικών στα τρόφιμα. (Βλ. επίσης κεφ. 4, ενότητα 4.3 - Συμφωνία εταιρικής σχέσης ΕΕ-ΗΠΑ για το εμπόριο οργανικών προϊόντων)

xxvi. **Προσδιορίζεται από την FDA ο όρος «οργανικό» στις ετικέτες των τροφίμων?** Όχι, η FDA δεν διαθέτει υποχρεωτικούς νόμους ή κανονισμούς για τον προσδιορισμό το όρου «οργανικό».

xxvii. **Εάν κάποιο τρόφιμο διαθέτει την ετικέτα «οργανικό» σύμφωνα με το USDA, υπόκειται στους νόμους και κανονισμούς που επιβάλλονται από την FDA?**

Ναι, οι προδιαγραφές του USDA για την χρήση του όρου «οργανικό» ορίζονται χωριστά από τους νόμους και κανονισμούς που επιβάλλει η FDA. Προϊόντα τροφίμων, τα οποία φέρουν ετικέτες που επικαλούνται ότι το προϊόν είναι οργανικό, υπάγονται τόσο στους

κανονισμούς του USDA για τα «οργανικά» προϊόντα όσο και στους κανονισμούς της FDA για τη σήμανση/ετικέτα. βλ. *Παράρτημα Δ : Labeling Packaged Products under the National Organic Standards*.

Συνοπτικός Οδηγός για τους εξαγωγείς εν γένει προϊόντων στις ΗΠΑ

i. Τι πρέπει να γνωρίζει ο εξαγωγέας πριν εξάγει στις ΗΠΑ?

Οι προϋποθέσεις για την εισαγωγή συγκεκριμένων αγαθών στις ΗΠΑ σχετίζονται με ένα ευρύ κατάλογο ποικίλων κριτηρίων (π.χ. ποσοτώσεις, χαμηλοί εισαγωγικοί δασμοί, απαγόρευση εισαγωγής προϊόντος λόγω επιβολής κυρώσεων), τα οποία καθορίζονται εάν ο εξαγωγέας γνωρίζει τη δασμολογική κλάση του προϊόντος σύμφωνα με το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών (Harmonized Tariff Schedule/HTS classification number). Για τον καθορισμό του αριθμού HTS βλ. <http://www.cbp.gov/trade/trade-community/duty-tariff-rates/determining-duty-rates>

ii. Υπάρχουν ειδικές απαιτήσεις για την εισαγωγή προϊόντων στις ΗΠΑ?

Υπάρχουν ειδικές απαιτήσεις που σχετίζονται με καθορισμένα από τις σχετικές υπηρεσίες ασφάλειας, υγείας κλπ. πρότυπα. Τα προϊόντα που υπάγονται στους ειδικούς κανονισμούς των διαφόρων υπηρεσιών δεν μπορούν να εισαχθούν χωρίς άδεια από την αρμόδια υπηρεσία (για περισσότερες πληροφορίες βλ. το κεφάλαιο με τις Ειδικές Προϋποθέσεις - Special Requirements του οδηγού "Importing Into the U.S." <http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf>

iii. Τι είναι το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών (Harmonized Tariff System- HTS)?

Το Εναρμονισμένο Σύστημα Δασμών παρέχει τα ποσοστά των δασμών για κάθε προϊόν που υπάρχει, είναι ουσιαστικά ένα εγχειρίδιο αντιστοίχισης του προϊόντος με το σωστό ποσοστό δασμού (βλ. <http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>, Harmonized Tariff Schedule of the United States, ισχύει από 1/1/2014).

iv. Πού μπορώ να βρω σε τι Κωδικό HTS αντιστοιχεί το προϊόν μου?

Για την εύρεση των δασμολογικών κλάσεων των προϊόντων/κωδικών HTS, βλ. *Harmonized Tariff Schedule Codes Flagged with Prior Notice Indicators*

<http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/ImportsExports/ucm170031.htm>

v. Πώς μπορώ να ενημερωθώ για τους δασμούς εισαγωγής?

Για απευθείας ενημέρωση σχετικά με τους δασμούς εισαγωγής των προϊόντων στις ΗΠΑ, βλ. την πολύ εύχρηστη βάση δεδομένων Interactive Tariff and Trade Data Web της US International Trade Commission, στην ηλεκτρ. διεύθυνση www.dataweb.usitc.gov (απαιτείται η δημιουργία προσωπικού κωδικού). Μετά από εισαγωγή στο κατάλληλο πεδίο του κωδικού HTS (για μεγαλύτερη ακρίβεια) ή της περιγραφής του προϊόντος (περισσότερα αποτελέσματα), μπορεί κανείς να πληροφορηθεί:

- α) τον υπό διερεύνηση δασμό (βλ. δασμό MFA),
- β) την αξία των εισαγωγών για την τελευταία τετραετία κατά προέλευση (χώρα εξαγωγής),
- γ) τις εισαγωγές κατά κατηγορία δασμολογικού προγράμματος, και
- δ) τις εισαγωγές κατά τελωνειακό σημείο εισόδου.

Διευκρινίζοντας ότι τη διεκπεραίωση των διαδικασιών εισαγωγής αναλαμβάνει ο εκάστοτε εδώ εισαγωγέας, για πληρέστερη ενημέρωση σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής στις ΗΠΑ βλ. στην Υπηρεσία Τελωνείων ΗΠΑ, www.customs.ustreas.gov/impoexpo/impoexpo.htm.

vi. Υπάρχουν άλλοι φόροι ή τέλη για την εισαγωγή στις ΗΠΑ, πέρα από τους δασμούς?

Ναι, υπάρχουν άλλοι φόροι και τέλη που συλλέγει η Υπηρεσία Τελωνειακής και Συνοριακής Προστασίας των ΗΠΑ (U.S. Customs and Border Protection- CBP) για εισαγόμενα αγαθά. Η CBP συλλέγει ομοσπονδιακούς φόρους και τέλη εκ μέρους άλλων Ομοσπονδιακών Υπηρεσιών και υπό τον Νόμο Consolidated Omnibus Budget Reconciliation Act (COBRA). Η επιβολή ή μη επιπρόσθετου φόρου εξαρτάται από το είδος του εισαγόμενου αγαθού, για παράδειγμα, τα αλκοολούχα ποτά και τα προϊόντα καπνού υπόκεινται σε ομοσπονδιακούς έμμεσους φόρους (Federal Excise Tax). Η Φορολογική Υπηρεσία (IRS) καθορίζει το ύψος του φόρου και η CBP εισπράττει τον φόρο εκ μέρους της IRS. Ο εξαγωγέας χρειάζεται να επικοινωνήσει με κάποιον ειδικό επί

των εισαγωγών στο σημείο εισόδου των προϊόντων, έτσι ώστε να μάθει εάν απαιτούνται επιπρόσθετοι φόροι ή/και τέλη και το ύψος αυτών (εφόσον απαιτούνται) για τα συγκεκριμένα αγαθά που πρόκειται να εισαχθούν στις ΗΠΑ.

vii. Εισαγωγή προϊόντων τροφίμων μέσω e-shop

- Καταρχήν, ανεξαρτήτως του «μέσου» που χρησιμοποιείται (συμβατικό ή ηλεκτρονικό εμπόριο), κάθε προϊόν που εισέρχεται από οποιαδήποτε τρίτη χώρα στην αμερικανική αγορά, εισάγεται και ως εισαγόμενο πρέπει να ακολουθεί τους κανονισμούς και τις διαδικασίες που προβλέπονται ανάλογα. Υπεύθυνος για το αν τα αγαθά πληρούν τις προϋποθέσεις αδείας εισαγωγής (ειδικές άδειες, δασμοί, ποσοστώσεις) είναι ο αγοραστής/εισαγωγέας. Ο εισαγωγέας είναι αυτός που τελικά επιβαρύνεται και με τους εισαγωγικούς δασμούς.
- Τα εμπορεύματα που στέλνονται μέσω της διεθνούς ταχυδρομικής υπηρεσίας προωθούνται άμα τη αφίξει τους σε ένα από τα σημεία εισόδου (U.S. Customs and Border Protection International Mail Branches) για εκκαθάριση. Εάν η αξία του εμπορεύματος είναι μικρότερη των 2.000 δολ και δεν υπόκειται σε ποσοστώσεις ή δεν είναι προϊόν περιορισμένης εισαγωγής ή απαγορευμένο, ένας ανώτερος υπάλληλος του CBP θα προετοιμάσει τη γραφειοκρατική διαδικασία για την εισαγωγή του, θα επιβάλλει τον κατάλληλο δασμό, και θα το απελευθερώσει για την παράδοση. Αυτή η διαδικασία αναφέρεται γενικά ως είσοδος ταχυδρομείου.
- Για εμπορεύματα αξίας μικρότερης των 200 δολ. δεν απαιτείται πρόσθετη γραφειοκρατική διαδικασία. Εντούτοις, το CBP διατηρεί πάντα το δικαίωμα να απαιτήσει επίσημη είσοδο για οποιαδήποτε εισαγωγή (συνήθως εάν υπάρχει κάτι ασυνήθιστο, ή λείπουν σημαντικά έγγραφα -π.χ. τιμολόγιο). Εάν επιβληθεί δασμός, το CBP θα χρεώσει για την εκκαθάριση και θα αποστείλει δασμό και τέλος εκκαθάρισης στο τοπικό ταχυδρομείο (συνήθως), όπου αποστέλλεται το εμπόρευμα. Για επιτάχυνση της όλης διαδικασίας στο σημείο εισόδου, ο πωλητής πρέπει να επισυνάψει την αίτηση *CN 22 ή CN 23 (U.S. Customs and Border Protection Declaration Form)* πάνω στη συσκευασία/εμπόρευμα.
- Εάν η αξία του εμπορεύματος είναι μεγαλύτερη των 2.000 δολ., το προϊόν θα παρακρατηθεί έως ότου ολοκληρωθεί η διαδικασία επίσημης εισόδου.

- Για αποστολή εμπορευμάτων με courier, express, ή άλλη εμπορική υπηρεσία: οι τελευταίοι συνήθως χρησιμοποιούν/ προσλαμβάνουν customs brokers, οι οποίοι χρεώνουν για τις υπηρεσίες τους ανάλογα τον αγοραστή ή τον πωλητή. Ομοίως για εναέρια, θαλάσσια ή οδική μεταφορά/ αποστολή εμπορευμάτων.
- Για αναλυτικές πληροφορίες όσον αφορά στις διαδικτυακές εμπορικές συναλλαγές, βλ. http://www.cbp.gov/xp/cgov/trade/basic_trade/internet_purchases.xml. Για απαγορευμένα, ή περιορισμένης εισαγωγής αγαθά, βλ. http://www.cbp.gov/xp/cgov/travel/vacation/kbyg/prohibited_restricted.xml.
- Για διεθνείς διαδικτυακές πωλήσεις προσφέρονται οδηγοί επιχειρείν στο <http://export.gov/sellingonline/> (παρέχονται πληροφορίες για αμερικανικές επιχειρήσεις που εξάγουν τα προϊόντα τους μέσω του διαδικτύου) και στο <http://business.ftc.gov/documents/alt067-electronic-commerce-selling-internationally-guide-businesses> (συμφωνία ΗΠΑ με 28 χώρες, μεταξύ των οποίων η Ελλάδα, για σεβασμό βασικών αρχών στο χώρο του e-commerce).

➤ ΑΔΕΙΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

i. Τι είδους άδεια απαιτείται για να εισαχθεί εμπόρευμα στις ΗΠΑ?

Η Υπηρεσία Τελωνείων και Προστασίας των Συνόρων (U.S. Customs and Border Protection/CBP) δεν απαιτεί από τον εισαγωγέα να διαθέτει άδεια, άλλες Υπηρεσίες όμως μπορεί να ζητήσουν άδεια ή άλλη πιστοποίηση, ανάλογα με το προς εισαγωγή αγαθό/προϊόν (βλ. σχετικά ειδικό Παράρτημα του οδηγού [Importing Into the U.S.](#)²).

Εν τούτοις, ο εισαγωγέας μπορεί να χρειασθεί άδεια από τις τοπικές ή πολιτειακές Αρχές προκειμένου να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά.

Σε κάθε περίπτωση, η CBP θα ζητήσει από τον εισαγωγέα τον αριθμό εισαγωγής, ο οποίος μπορεί να είναι: ο αριθμός φορολογικής δήλωσης της εταιρείας (IRS business registration number), ή ο αριθμός κοινωνικής ασφάλισης (social security number) εάν ο εισαγωγέας δεν έχει εγγράψει την εταιρεία στο IRS ή δεν έχει ακόμα ιδρύσει εταιρεία. Εναλλακτικά, ο εισαγωγέας μπορεί να συμπληρώσει μία αίτηση (CBP Form 5106) προκειμένου να λάβει έναν ειδικό αριθμό ταξινόμησης τελωνείου (CBP assigned

² <http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pdf>

number) τον οποίο και παρουσιάζει στο σημείο εισόδου (Entry Branch at a CBP port of entry).

➤ **12 βήματα για τον σωστό εκτελωνισμό των προϊόντων**

- Συμπεριλάβετε όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες στο τιμολόγιο εκτελωνισμού.
- Προετοιμάστε προσεκτικά το τιμολόγιό σας, συμπληρώστε το με ευκρινείς χαρακτήρες και αναγράψτε τα δεδομένα μέσα στις αντίστοιχες στήλες.
- Βεβαιωθείτε ότι το τιμολόγιό σας περιέχει τις πληροφορίες που εμφανίζονται στο δελτίο αποστολής και φροντίστε να είναι καλά προετοιμασμένο.
- Επισημάνετε και αριθμήστε κάθε πακέτο, έτσι ώστε να υπάρχει ταύτιση των επισημάνσεων και αριθμών των πακέτων με τα αντίστοιχα που εμφανίζονται στο τιμολόγιο.
- Καταγράψτε αναλυτικά στο τιμολόγιό σας κάθε τεμάχιο εμπορεύματος που περιέχεται σε κάθε πακέτο.
- Επισημάνετε τα αγαθά σας ευκρινώς και εμφανώς με την χώρα προέλευσης ή σύμφωνα με τις απαιτήσεις που ορίζονται από τους νόμους σήμανσης των ΗΠΑ (στα Κεφάλαια 29 & 30 του Οδηγού [*Importing Into the U.S.*](#)³ καταγράφονται λεπτομερώς οι γενικές απαιτήσεις για τη σήμανση των προϊόντων και οι εξαιρέσεις αυτών).
- Συμμορφωθείτε με τις προβλέψεις των ειδικών κανονισμών που μπορεί να ισχύουν για τα προϊόντα σας, όπως νόμοι που σχετίζονται με τρόφιμα, φάρμακα, καλλυντικά, αλκοολούχα ποτά, ραδιενεργά υλικά κ.α. (Κεφάλαια 33, 34 & 35 του Οδηγού *Importing Into the U.S.*⁴).
- Παρατηρείστε προσεκτικά τις οδηγίες αναφορικά με την τιμολόγηση, συσκευασία, σήμανση, κλπ., που σας έχουν δοθεί από τον πελάτη σας στις ΗΠΑ. Ο πελάτης ή παραγγελιοδόχος πιθανότατα θα ελέγξει προσεκτικά εάν το παραδοθέν εμπόρευμα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του.
- Συνεργαστείτε με την CBP για τα πρότυπα συσκευασίας των προϊόντων σας (packing standards).

³ Ο.π.

⁴ Ο.π.

- Δώστε προσοχή στις διαδικασίες ασφάλειας κατά την μεταφορά των προϊόντων σας για φόρτωση. Μην επιτρέψετε λαθραία αγαθά να εισέλθουν στην φορτωτική σας.
- Λάβετε υπ' όψιν σας να επιλέξετε μεταφορέα που συμμετέχει στο Automated Manifest System (AMS).
- Εάν έχετε διορίσει επίσημο τελωνειακό πράκτορα για την συναλλαγή σας, λάβετε υπ' όψιν σας να χρησιμοποιήσετε εταιρεία που να συμμετέχει στο Automated Broker Interface (ABI).

2. Σύσταση εταιρείας στις ΗΠΑ

Η διαδικασία σύστασης εταιρείας στις ΗΠΑ εξαρτάται από **i)** τον τύπο της επιχείρησης που θέλει ο ενδιαφερόμενος να ιδρύσει (π.χ. ΟΕ, ΕΠΕ, ΑΕ κλπ). Μορφές εταιρειών στις ΗΠΑ: Partnerships, General Partnerships – GP, Limited Partnerships – LP, Limited Liability Partnerships – LLP, Business Corporations – Inc., Corp., Ltd., Co., Closely Held Corporations – C Corporation, S Corporation, Limited Liability Companies – LLC, **ii)** τον τόπο ίδρυσης (πολιτεία, περιφέρεια). Για παράδειγμα, η διαδικασία εγγραφής ποικίλει ανάλογα όχι μόνο με τον τύπο της εταιρείας, αλλά και τους ισχύοντες πολιτειακούς νόμους. Γενικά, η ολοκλήρωση αυτής της διαδικασίας απαιτεί συνολικά 48 ώρες. Πολύ σημαντικό είναι και το στάδιο έκδοσης κατάλληλων αδειών. Κάθε επιχείρηση χρειάζεται μία ή περισσότερες ομοσπονδιακές, πολιτειακές ή τοπικές άδειες λειτουργίας (βλ. σχετικά <http://www.sba.gov/content/search-business-licenses-and-permits>).

Όλες οι πληροφορίες για τη σύσταση εταιρείας στις ΗΠΑ μπορούν να αναζητηθούν στις ακόλουθες ιστοσελίδες:

- www.business.gov/states, υπερσύνδεσμος (hyperlink) της επίσημης διαδικτυακής “πύλης” της αμερικανικής Κυβέρνησης για την επιχειρηματικότητα, που παραπέμπει στις επιμέρους ιστοσελίδες “Doing Business In...” και των 50 Πολιτειών των ΗΠΑ.
- www.sba.gov, US Small Business Administration

Εάν κάποιος έχει ήδη εταιρεία στην Ελλάδα και θέλει να επεκτείνει τη δράση της στις ΗΠΑ, μπορεί να ιδρύσει είτε υποκατάστημα (branch) είτε θυγατρική εταιρεία. Στην πρώτη περίπτωση θα πρέπει να προσλάβει τοπικό πράκτορα (για την εγγραφή της

εταιρείας απαιτείται πιστοποίηση του ονόματος και της διεύθυνσης του εδρεύοντος στη συγκεκριμένη πολιτεία πράκτορα) και προκειμένου για δια-πολιτειακές επιχειρήσεις επιπλέον πιστοποιητικό «καλής κατάστασης» από τη χώρα ή την πολιτεία όπου ιδρύεται η εταιρεία. Στην περίπτωση της θυγατρικής εταιρείας ισχύουν οι αμερικανικοί νόμοι και κανονισμοί (βλ. ανωτέρω ιστοσελίδες). Γενικά, ενδείκνυται η σύσταση «ανεξάρτητης» από τη μητρική εταιρείας, καθώς - μεταξύ άλλων - ο επιχειρηματικός κίνδυνος περιορίζεται στην αμερικανική εταιρεία και δεν επεκτείνεται στον κύριο μέτοχο.

Μια ιδιαίτερα διαδεδομένη μορφή εταιρείας (κυρίως στους τομείς παραγωγής αγαθών ή παροχής υπηρεσιών) τα τελευταία χρόνια στις ΗΠΑ είναι η κοινοπραξία, την οποία πολλοί προτιμούν, καθώς φαίνεται να «συμφέρει» από άποψη φορολογικών επιβαρύνσεων.

Σημειώνουμε ότι στους ανωτέρω ιστότοπους μπορεί να αναζητήσει κανείς φορείς που αναλαμβάνουν για λογαριασμό του ενδιαφερόμενου τη διεκπεραίωση των σχετικών διαδικασιών. Επίσης, υπάρχουν δικηγορικά γραφεία που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους διαδικτυακά έναντι μικρού σχετικά αντιτίμου (ο ενδιαφερόμενος καλείται να συμπληρώσει ένα ερωτηματολόγιο με τα στοιχεία του).

3. Εμπορικά Σήματα/ Trademarks

Στις ΗΠΑ τα ονόματα γεωγραφικών ενδείξεων προστατεύονται ανέκαθεν μέσω του συστήματος εμπορικών σημάτων, προτού ακόμα εισαχθεί το 1995 ο όρος «γεωγραφικές ενδείξεις» με τη διαπραγμάτευση της Συμφωνίας για εμπορικά θέματα όσον αφορά στα Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας (TRIP'S) του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ). Τούτο σημαίνει ότι η καταχώρηση ενός ονόματος ως εμπορικό σήμα δεν υποδεικνύει επ' ουδενί «γεωγραφική ένδειξη» και δεν εξετάζεται σε καμιά περίπτωση ως τέτοιο, περιλαμβανομένων και εκείνων των σημάτων που σύμφωνα με την TRIP'S του ΠΟΕ συνιστούν «γεωγραφική ένδειξη».

Σύμφωνα πάντα με τον αμερικανικό νόμο, οι γεωγραφικοί όροι περιγραφικοί ή μη της καταγωγής αγαθών και υπηρεσιών δεν εγγράφονται ως εμπορικά σήματα, διότι θεωρείται δικαίωμα των παραγωγών μιας περιοχής να χρησιμοποιούν έναν γεωγραφικό όρο για να περιγράψουν την προέλευση των προϊόντων τους.

Εντούτοις, μια γεωγραφική ένδειξη, όπως καθορίζεται στην TRIP'S, προσδιορίζει ένα αγαθό, όχι μόνο μια γεωγραφική περιοχή. Εάν ένας γεωγραφικός όρος χρησιμοποιείται με τέτοιο τρόπο, ώστε με την πάροδο του χρόνου να προσδιορίζει την προέλευση των αγαθών ή των υπηρεσιών, οι καταναλωτές αρχίζουν να τον αναγνωρίζουν ως προσδιορισμό μιας συγκεκριμένης εταιρείας ή ενός παραγωγού ή ομάδας παραγωγών, οπότε ο γεωγραφικός όρος δεν περιγράφει πλέον μόνο την προέλευση των αγαθών αλλά και την «πηγή» των αγαθών. Σε αυτή την περίπτωση, ο όρος θεωρείται ότι έχει τη «δευτεροβάθμια έννοια» (secondary meaning) ή την «επίκτητη διακριτικότητα» (acquired distinctiveness). Η αρχική έννοια στους καταναλωτές είναι ο γεωγραφικός τόπος, ενώ η δευτεροβάθμια έννοια στους καταναλωτές είναι ο παραγωγός ή κατασκευαστής. Εάν ένας περιγραφικός όρος έχει τη «δευτεροβάθμια έννοια» στους καταναλωτές, ο όρος θεωρείται αυτομάτως προστατευμένος ως εμπορικό σήμα. Λόγω αυτού του χαρακτηριστικού γνωρίσματος του αμερικανικού νόμου περί εμπορικών σημάτων, οι γεωγραφικές ενδείξεις μπορούν επίσης να προστατευθούν ως εμπορικά ή συλλογικά σήματα.

Οι γεωγραφικοί όροι μπορούν επίσης να προστατευθούν ως σήματα πιστοποίησης. Ένας γεωγραφικός όρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί, είτε μόνος είτε ως μέρος ενός σύνθετου σήματος, για να πιστοποιήσει ότι τα αγαθά προέρχονται από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή που προσδιορίζεται από τον όρο. Σημειώνουμε ότι ένα γεωγραφικό όνομα μπορεί να καταχωρηθεί ως σήμα πιστοποίησης ακόμα κι αν πρωτίστως είναι γεωγραφικά περιγραφικό. Τα σήματα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να πιστοποιήσουν την περιφερειακή προέλευση δεν περιορίζονται απαραίτητως στους όρους που περιλαμβάνουν την ακριβή γεωγραφική ορολογία. Μια διαστρέβλωση ενός γεωγραφικού όρου, μια σύντμηση, ή ένας συνδυασμός γεωγραφικών όρων μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν ως σήματα πιστοποίησης που δείχνουν την περιφερειακή προέλευση. Είναι επίσης δυνατό για ένα σήμα ή έναν λογότυπο, που δεν είναι τεχνικά γεωγραφικής φύσης, να έχουν τη σημασία γεωγραφικής ένδειξης.

Για πληροφορίες όσον αφορά στην εξέταση των σημάτων και την διαδικασία κατοχύρωσής τους, βλ. αρμόδια αμερικανική υπηρεσία United States Patent and Trademark Office/USPTO, www.uspto.gov. Σύνοψη βασικών σημείων του νόμου κάτωθι.

Σημειώνουμε ότι στις ΗΠΑ, η γνώση καταναλωτών και παραγωγών περί της σχετικής ρυθμιστικής δομής της ΕΕ είναι αρκετά περιορισμένη. Τα GIs, μέχρι ενός ορισμένου βαθμού, θεωρούνται από τους αμερικανούς σχεδιαστές πολιτικής ως ξεπερασμένο ευρωπαϊκό σύστημα που παρέχει προνόμια στις εταιρίες που έχουν αναπτύξει επιχειρηματική/εμπορική δραστηριότητα σε μια περιοχή για δεκαετίες ή αιώνες. Για την αμερικανική βιομηχανία εν γένει, τα GIs ενισχύουν τον προστατευτισμό στο εμπόριο, δεδομένου ότι το εν λόγω σύστημα δημιουργεί μία προστατευόμενη ζώνη, όπου ανήκουν όσοι τηρούν κωδικοποιημένες μεθόδους παραγωγής, και αποκλείονται άλλοι από τη χρησιμοποίηση του πολύτιμου γεωγραφικού ονόματος για τη σήμανση των τροφίμων και ποτών τους. Το στερεότυπο του αμερικανικού επιχειρησιακού περιβάλλοντος, όπως εμποτίζεται με μια καλβινιστή ηθική που ανταμείβει τη σκληρή εργασία και την καινοτομία, παρά στηρίζεται στην παράδοση, εξηγεί επίσης γιατί στις ΗΠΑ δίνεται προτεραιότητα στο σύστημα των εμπορικών σημάτων και η αμερικανική κυβέρνηση δεν έχει παραγάγει ποτέ μια ανεξάρτητη δομή για τα GIs.

Όλα τα ανωτέρω περιγράφονται στην έκθεση του OriGIIn, του πρώτου διεθνούς δικτύου για τα GIs (με μέλη περί τις 150 ενώσεις παραγωγών από 40 χώρες, Organization for an International Geographical Indications Network, <http://www.origin-gi.com/>) με τίτλο *American Origin Products (AOPs): Protecting a Legacy* (του 2010, http://www.aop-us.org/uploads/2/1/2/5/21255810/american_origin_products_protecting_a_legacy_final_23_02.pdf). Στην εν λόγω έκθεση αναλύονται εκτενώς τα θέματα προέλευσης και σήμανσης των προϊόντων, της βιώσιμης γεωργίας και γεωγραφικής περιοχής (*terroir*). Γίνεται επίσης αναφορά στα ακόλουθα case studies: Idaho Potatoes, Kona Coffee (Hawaii), Missouri Northern Pecans, Napa Valley Wines. Οι συγγραφείς προτείνουν τη δημιουργία ενός καταλόγου AOP των τροφίμων και των ποτών και μιας νέας κατηγορίας πιστοποίησης για τα GIs, τα οποία θα μπορούσαν να ενσωματωθούν στο υπάρχον σύστημα της USPTO. Τέλος, προτείνουν τη δημιουργία ενός διεθνούς συστήματος καταχώρισης των GIs στο πλαίσιο του ΠΟΕ, οπότε κάθε προϊόν που έχει καταγραφεί θα προστατεύεται αυτομάτως σε όλες τις χώρες-μέλη του Οργανισμού.

Υπενθυμίζουμε ότι το θέμα των GIs συμπεριλαμβάνεται στην ατζέντα των συνομιλιών για την ΤΤΙΡ.

Ο Αμερικανικός Νόμος περί προστασίας των γεωγραφικών προσδιορισμών - περιληπτική ερμηνεία των κυρίων χαρακτηριστικών του

Στις Η.Π.Α. οι γεωγραφικοί προσδιορισμοί προστατεύονται μέσω του γενικού συστήματος προστασίας εμπορικών σημάτων (trademarks) και θεωρούνται υποκατηγορία τους, καθώς –κατά το Αμερικανικό πάντα δίκαιο- τα ονόματα με γεωγραφικό προσδιορισμό, όπως ακριβώς και τα εμπορικά σήματα:

- πιστοποιούν καταγωγή
- επιβεβαιώνουν ποιότητα
- ανατρέχουν σε σημαντικό επιχειρηματικό κέρδος.

Το Αμερικανικό σύστημα χρησιμοποιώντας την ήδη εδραιωμένη υπάρχουσα διοικητική δομή του συστήματος (1946) προστασίας εμπορικών σημάτων, δίνει το δικαίωμα σε κάθε ενδιαφερόμενο που έχει έννομο συμφέρον να προσβάλει την εγγραφή ενός γεωγραφικού προσδιορισμού ή και να την ακυρώσει, εάν βέβαια αποδείξει ότι υφίσταται ζημία από την εγγραφή ή την συνεχή του χρήση.

Η αρμόδια υπηρεσία εγγραφής εμπορικών σημάτων και γεωγραφικών προσδιορισμών είναι το Γραφείο ευρεσιτεχνίας και Σημάτων (United States Patent and Trademark – USPTO).

Σημειώνουμε ότι στην Αμερική δεν προστατεύονται προϊόντα και υπηρεσίες που θεωρούνται generic. Ένα προϊόν θεωρείται generic όταν η χρήση του είναι τόσο διαδεδομένη ώστε θεωρείται πλέον συνώνυμο μιας ολόκληρης κατηγορίας προϊόντων/υπηρεσιών, χωρίς όμως να υποδηλώνει στη συνείδηση των καταναλωτών ιδιαίτερη γεωγραφική προέλευση. Ενδεικτικό παράδειγμα προϊόντων generic είναι το τυρί ΦΕΤΑ και ΠΑΡΜΕΖΑΝΑ, χρήση του ονόματος των οποίων μπορεί να κάνει κάθε παραγωγός των προϊόντων που ανήκουν σε μία από τις κατηγορίες αυτές.

Άλλο χαρακτηριστικό του Αμερικανικού συστήματος προστασίας εμπορικών σημάτων/γεωγραφικών προσδιορισμών είναι ότι μόνον ο ιδιοκτήτης του σήματος έχει αποκλειστικά και μόνο το δικαίωμα να εμποδίσει την χρήση του από μη εξουσιοδοτημένα πρόσωπα, εάν η χρήση αυτή μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση στους καταναλωτές όσον αφορά την καταγωγή του προϊόντος.

ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΟΠ και ΠΓΕ

A. Σήματα πιστοποίησης (Certification Marks)

B. Συλλογικά σήματα (Collective marks)

Γ. Εμπορικά σήματα (Trade marks)

Κατά το δίκαιο των Η.Π.Α., σήματα που παραπέμπουν αποκλειστικά σε γεωγραφική περιοχή (Π.Γ.Ε) και τα οποία δεν θα μπορούσαν να καταχωρηθούν σαν εμπορικά σήματα (Trademarks) ή συλλογικά σήματα (Collective marks) μπορούν να καταχωρηθούν και προστατευθούν μόνον ως:

A. α) Σήματα πιστοποίησης (certification mark).

β) Τοπικά σήματα πιστοποίησης (regional certification mark)

Τα σήματα πιστοποίησης υποδεικνύουν ειδικότερα: **i) τη γεωγραφική καταγωγή του προϊόντος, ii) τα συστατικά, τη μέθοδο παραγωγής, την ποιότητα και άλλα χαρακτηριστικά και iii) το ότι η διαδικασία παραγωγής έγινε από μέλος μιας ένωσης ή οργανισμού.** Χαρακτηριστικό παράδειγμα σήματος πιστοποίησης είναι η λέξη Roquefort, η οποία παραπέμπει σε προϊόν καταγωγής Roquefort, στη μέθοδο παραγωγής του και στα μέλη της ένωσης παραγωγών της επαρχίας Roquefort.

Τα σήματα πιστοποίησης έχουν τις εξής ιδιομορφίες:

- Η χρήση τους γίνεται όχι από τον ιδιοκτήτη του σήματος, καθώς ο ιδιοκτήτης δεν είναι ο παραγωγός του προϊόντος, αλλά από εξουσιοδοτημένες από τον ιδιοκτήτη ενώσεις/συνεταιρισμούς, από περιφερειακές υπηρεσίες και όργανα του Δημόσιου τομέα, οι οποίοι έχουν και το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του ονόματος της γεωγραφικής τους περιφέρειας σε προϊόντα που διακρίνονται λόγω των εξειδικευμένων χαρακτηριστικών τους και των υψηλών προδιαγραφών παραγωγής τους (προϊόντα γεωγραφικής καταγωγής). Ο ιδιοκτήτης, ωστόσο, έχει το δικαίωμα ελέγχου όσον αφορά την ποιότητα και τις προδιαγραφές παραγωγής, αλλά οι ίδιοι δεν πωλούν τα αγαθά).

- Το σήμα πιστοποίησης δεν παραπέμπει στον παραγωγό του προϊόντος, δεν διακρίνει δηλαδή την «πηγή» προέλευσης. Επομένως, κάθε μονάδα παραγωγής η οποία μπορεί να παράγει το ίδιο προϊόν με τις ίδιες προδιαγραφές και τις ίδιες μεθόδους έχει δικαίωμα να κάνει χρήση του εμπορικού σήματος/γεωγραφικού προσδιορισμού (ελιές Καλαμάτας).

Το καθεστώς προστασίας των προαναφερθέντων σημάτων πιστοποίησης στηρίζεται σε δύο αρχές:

ο Ότι μόνον οι κάτοικοι της συγκεκριμένης περιοχής μπορούν να κάνουν χρήση του σήματος και

ο Ότι είναι παράνομη η χρήση του σήματος όταν αυτή γίνεται από χρήστες οι οποίοι δεν έχουν έννομο δικαίωμα.

Όσον αφορά στα Συλλογικά σήματα:

ο Αυτά υιοθετούνται από μία συλλογική ηγεσία (ένωση, συνεταιρισμό, οργανισμό) για χρήση του συλλογικού σήματος αποκλειστικά από τα μέλη της και προσδιορίζουν προϊόντα/υπηρεσίες προερχόμενα από αυτά, σε αντιδιαστολή με άλλα ομοειδή προϊόντα προερχόμενα από διαφορετικό συλλογικό όργανο (προϊόντα συνεταιρισμού Δωδώνης), που σημαίνει ότι το κάθε μέλος-παραγωγός μπορεί να πωλήσει τα αγαθά κάτω από αυτό το σήμα.

ο Τα *συλλογικά σήματα συμμετοχής (Collective membership marks)* υιοθετούνται από τα μέλη μιας συλλογικής ένωσης για να υποδηλώσουν και μόνον την συμμετοχή αυτή και δεν αναφέρονται σε προϊόντα/ υπηρεσίες.

B. α) Συλλογικά σήματα (Collective trademarks marks or collective service marks)

β) Συλλογικά σήματα συμμετοχής (Collective membership marks)

Η διαφορά μεταξύ των δύο κατηγοριών είναι η εξής:

1. Τα πρώτα υιοθετούνται από μία συλλογική ηγεσία (ένωση, συνεταιρισμό, οργανισμό) για χρήση του συλλογικού σήματος αποκλειστικά από τα μέλη της και προσδιορίζουν προϊόντα/υπηρεσίες προερχόμενα από αυτά, σε αντιδιαστολή με άλλα ομοειδή προϊόντα προερχόμενα από διαφορετικό συλλογικό όργανο (προϊόντα συνεταιρισμού Δωδώνης).

2. Τα συλλογικά σήματα συμμετοχής υιοθετούνται από τα μέλη μιας συλλογικής ένωσης για να υποδηλώσουν και μόνον την συμμετοχή αυτή και δεν αναφέρονται σε προϊόντα/ υπηρεσίες.

Γ. Εμπορικά σήματα (trademarks)

Κατά το Αμερικανικό δίκαιο, η προστασία των γεωγραφικών προσδιορισμών ή σημάτων (signs) γίνεται, επίσης, με την εγγραφή τους στο μητρώο των εμπορικών σημάτων, υπό την προϋπόθεση ότι ο γεωγραφικός προσδιορισμός έχει αποκτήσει «δεύτερη σημασία» και παραπέμπει πλέον όχι μόνον στην γεωγραφική καταγωγή του προϊόντος, αλλά και στην καταγωγή παραγωγής του (παραγωγοί, κατασκευαστές).

Τέλος, ονόματα προϊόντων περιέχοντα γεωγραφικούς προσδιορισμούς

προστατεύονται και κατά το κοινό Δίκαιο χωρίς την εγγραφή τους δηλαδή στην υπηρεσία USPTO όταν αυτά, κατά συνείδηση των καταναλωτών, προέρχονται από συγκεκριμένη περιοχή και μόνον. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της περιπτώσεως αυτής είναι η λέξη COGNAC η οποία παραπέμπει στο brandy που παράγεται στην περιοχή Cognac της Γαλλίας, με ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά υψηλών προδιαγραφών και όχι στο brandy που παράγεται σε άλλες περιοχές.

Ενδεικτικός κατάλογος νομικών γραφείων στην περιοχή της Ουάσιγκτων, που ειδικεύονται σε θέματα εμπορικών σημάτων (κατά αλφαβητική σειρά):

Arent Fox LLP

1050 Connecticut Avenue,

NW

Washington, DC 20036-5339

Τηλ.: +1 202 857 6000

Φαξ: +1 202 857 6395

<http://www.arentfox.com>

Day Pitney LLP

1100 New York Avenue, NW,

Suite 300

Washington, DC 20005

Τηλ.: +1 202 218 3900

Φαξ: +1 202 218 3910

www.daypitney.com

EMP&A/ Erik M. Pelton &

Associates, PLLC

Τηλ.: +1 703 525 8009

Φαξ: +1 703 997 5349

www.erikpelton.com

Contact person: Erik Pelton

(emp@tm4smallbiz.com)

Finnegan

Washington, D.C.

901 New York Avenue, NW

Washington, DC 20001-4413

Τηλ.: +1 202 408 4000

Φαξ: +1 202 408 4400

Email: info@finnegan.com

<http://www.finnegan.com>

Foley & Lardner LLP

3000 K Street, N.W., Suite

600

Washington, DC 20007-5109

Τηλ.: +1 202 672 5300

Φαξ: +1 202 672 5399

<http://www.foley.com>

Frommer Lawrence & Haug

LLP

1667 K Street, NW,

Washington, DC 20006

Τηλ.: +1 202 292 1530

Φαξ: +1 202 292 1531

<http://www.flhlaw.com>

Greenberg & Lieberman

2141 Wisconsin Ave. NW,

Suite C-2

Washington, DC 20007 USA

Τηλ.: (202) 625-7000

Toll Free: +1 888 275 2757

Φαξ: +1 202 625 7001

Email:

questions@aplegal.com

<http://www.aplegal.com>

Hogan Lovells US LLP

Columbia Square, 555 13th

Str., NW

Washington DC 20004

Τηλ.: +1 202 637 5600

Φαξ: +1 202 637 5910

www.hoganlovells.com

McNeely, Hare & War LLP

5335 Wisconsin Ave, NW,

Suite 440

Washington, D.C. 20015

U.S.A.

Τηλ.: +1 202 274 0214

Φαξ: +1 202 478 1813

Email: info@miplaw.com

<http://www.patentek.com>

Staas & Halsey LLP

1201 New York Avenue,

N.W., 7th Floor

Washington, D.C. 20005

Τηλ.: +1 202 434 1500

Φαξ: +1 202 434 1501

<http://www.staasandhalsey.com>

[m/](#)

Contact person: *William*

Herbert (wherbert@s-n-h.com)

Sterne, Kessler, Goldstein &

Fox.

1100 New York Avenue

Washington, DC 20005

Τηλ.: +1 202 371 2600

Φαξ: +1 202 371 2540

<http://www.skgf.com>

Traverse Legal

Attorneys & Advisors

Lexington Park, Maryland

Office: 22776 Three Notch

Rd, Suite 201

Lexington Park, MD 20653

Τηλ.: +1 866 936 7447

<http://www.traverselegal.com>

Venable LLP

575 7th Street, NW,

Washington, DC 20004

Τηλ.: +1 202 344 4969

Φαξ: +1 202 344 8300

www.Venable.com

Contact person: *Marcia A.*

Auberger, Esq.

(MAAuberger@Venable.com)

Wilmer Cutler Pickering

Hale and Dorr LLP

1875 Pennsylvania Avenue,

NW

Washington, DC 20006

Τηλ.: +1 202 663 6000

Φαξ: +1 202 663 6363

<http://www.wilmerhale.com/>

4. Το επενδυτικό περιβάλλον στις ΗΠΑ

A. Τόσο τα αμερικανικά VCs, όσο και –έτι περισσότερο- οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (ειδικά όταν λειτουργούν κατά μόνας) έχουν στόχευση κατά κανόνα ‘εσωτερική’, καθώς:

- i.** προτιμούν την εγγύτητα στην πραγματοποιηθείσα επένδυση, για λόγους εποπτείας
- ii.** συχνά ο ίδιος ο Επιχειρηματικός Άγγελος (ή στέλεχος του Δικτύου Επιχειρηματικών Αγγέλων ή του VC Fund, αντίστοιχα) εμπλέκεται άμεσα στην υπό επένδυση εταιρεία ή/και μετέχει στο διοικητικό συμβούλιο της κλπ
- iii.** η πραγματοποίηση επενδύσεων σε αλλοδαπές εταιρείες συνεπιφέρει, συχνά, ζητήματα φορολόγησης των κερδών που δημιουργούνται στο εξωτερικό, επαναπατρισμού κεφαλαίων κλπ., και
- iv.** όταν προβαίνουν σε διεθνείς επενδύσεις, οι Αμερικανοί επενδυτές εν γένει προσανατολίζονται σε χώρες με τεράστια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και πολύ ελκυστικές επενδυτικές ευκαιρίες αλλά και χώρες με εξαιρετικά σταθερό επενδυτικό περιβάλλον (υψηλή αξιολόγηση doing-business, ελάχιστη γραφειοκρατία, διαφανές και σταθερό φορολογικό καθεστώς κλπ) –αντίστοιχα παραδείγματα θα ήταν οι Κίνα, Βραζιλία, Ινδία, αφενός, και οι Ολλανδία, Μεγ. Βρετανία, Γερμανία αφετέρου.

B. Έτερο ίδιον του αμερικανικού επενδύειν, σε απόλυτη αντιστοιχία με το επιχειρείν, είναι η αυστηρή στόχευση σε επίπεδο project. Γενικές επενδυτικές “προτάσεις” που αφορούν σε ολόκληρους κλάδους της οικονομίας ή τομείς και γενικόλογες εξαγγελίες περί ιδιωτικοποιήσεων ή κρατικών επενδυτικών κινήτρων έχει αποδειχθεί, εκ της εμπειρίας, ότι δεν αποδίδουν στην πράξη.

Προκειμένου να έχει τύχη οποιαδήποτε προσέγγιση σε αμερικανικά funds, σε όποιο επίπεδο κι αν στοχεύουμε (Επιχειρηματικών Αγγέλων, Venture Capital, Private Equity/Investment Funds κλπ, ακόμη και σε επίπεδο Στρατηγικών Εταιρικών Επενδυτών), πρέπει όχι απλά να είναι στοχευμένη και να αφορά σε ένα ή περισσότερα αυστηρά προκαθορισμένα project, αλλά να συνοδεύεται και από το αντίστοιχο ή τα αντίστοιχα επιχειρηματικά σχέδια (**business plan**) με πλήρη ανάλυση της στόχευσης, των χρονοδιαγραμμάτων εκτέλεσης, της αγοράς (target market), των προβλεπόμενων

οικονομικών μεγεθών και της απόσβεσης της επένδυσης/της στρατηγικής “εξόδου” (exit strategy) για τον δυνητικό επενδυτή.

Γ. Όσον αφορά σε βάσεις δεδομένων με στοιχεία επαφής επενδυτών, ενδεικτικά αναφέρουμε τις ακόλουθες:

- **National Venture Capital Association (NVCA)**, έδρα DC (Arlington, VA για την ακρίβεια) <http://www.nvca.org/>

- **National Association of Seed and Venture Funds (NASVF)**, <http://www.nasvf.org/> (έδρα Philadelphia, PA)

- **Angel Capital Association (ACA)** <http://www.angelcapitalassociation.org/> (έδρα Overland Park, Kansas)

- **Angel Research Institute (ARI –affiliated with ACA)** <http://www.angelcapitaleducation.org/>

Φυσικά υπάρχουν και περιφερειακές/Πολιτειακές Ενώσεις, όπως για παράδειγμα η **Mid Atlantic Venture Association** (<http://www.mava.org/>, έδρα McLean, VA), **New England Venture Capital Association** (<http://www.newenglandvc.org/>), **Los Angeles Venture Association** (<http://www.lava.org>) κ.ο.κ.

Δ. Για πληροφορίες αναφορικά με προγράμματα και επενδυτικά κίνητρα, βλ. <http://selectusa.commerce.gov>.

5. Δημόσιες Προμήθειες στις ΗΠΑ

Τέλος, αναφορικά με τις διαδικασίες δημόσιων προμηθειών στις ΗΠΑ, λόγω κυρίως της πολιτειακής οργάνωσης (ομοσπονδία και επιμέρους επίπεδα αποκέντρωσης/τοπικής αυτοδιοίκησης), δεν υπάρχει ένα κεντρικό σύστημα παρακολούθησης και συμμετοχής σε τρέχουσες προκηρύξεις. Οι σύνδεσμοι στους οποίους μπορούμε να παραπέμψουμε και από όπου μπορείτε να αντλήσετε σχετικές πληροφορίες είναι:

--Acquisition Central της Ομοσπονδιακής Κυβέρνησης www.acquisition.gov, ειδικά υπό www.acquisition.gov/sellers_bus_dev.asp για sellers/business opportunities (απαιτείται εγγραφή)

--US General Services Administration www.gsa.gov και

--US Small Business Administration (www.sba.gov), ειδικά υπό <http://www.sba.gov/category/navigation-structure/contracting/contracting-opportunities> (contracting opportunities)

6. Στατιστικά στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών

Για ενημέρωση σχετικά με στατιστικά στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών βλ. τις ακόλουθες πολύ εύχρηστες βάσεις δεδομένων:

α. “USITC” στη διεύθυνση διαδικτύου <http://dataweb.usitc.gov> (κάνοντας χρήση του κωδικού για τους δασμούς εισαγωγής -προηγούμενη παράγραφος). Μετά από εισαγωγή στο κατάλληλο πεδίο του κωδικού HTS ή SITC, της χώρας ή της περιγραφής του προϊόντος, μπορεί κανείς να πληροφορηθεί τις εισαγωγές και εξαγωγές κατά χώρα.

β. “Trade Statistics Express” του Αμερικανικού Γραφείου Πληροφόρησης σε θέματα Εμπορίου και Βιομηχανίας (Office of Trade and Industry Information) στην ιστοσελίδα <http://tse.export.gov>, πρόσβαση ελεύθερη). Μετά από εισαγωγή στο κατάλληλο πεδίο του κωδικού HS ή SITC, της χώρας, της χρονολογίας κ.λ.π. μπορεί κανείς να πληροφορηθεί τις εισαγωγές και εξαγωγές κατά χώρα.

γ. “Current Industrial Report Series”, στην ιστοσελίδα www.sta-usa.gov.

7. Εμπορικές εκθέσεις

Για άμεση ενημέρωση σχετικά με εμπορικές εκθέσεις, βλ. τις ακόλουθες βάσεις δεδομένων:

α) Trade Shows USA, www.tradeshowsusa.com

β) The Ultimate Trade Show Directory, www.tsmn.com,

γ) Trade Shows Worldwide, <http://www.eventseye.com/>

δ) Upcoming Tradeshows, Expos, Conferences, Seminars e.t.c., www.tscentral.com