EUROPA-
KOMMISSIONEN

Strasbourg, den 15.7.2014
COM(2014) 469 final

GRØNBOG

Den bedste udnyttelse af Europas traditionelle knowhow: en mulig udvidelse af beskyttelsen af geografiske betegnelser i Den Europæiske Union til at omfatte ikke-landbrugsprodukter

EØS-relevant tekst

GRØNBOG

Den bedste udnyttelse af Europas traditionelle knowhow: en mulig udvidelse af beskyttelsen af geografiske betegnelser i Den Europæiske Union til at omfatte ikke-landbrugsprodukter

Indholdsfortegnelse

Indledning 4

I — Den bedste udnyttelse af geografiske betegnelser: de potentielle fordele ved at udvide beskyttelsen af geografiske betegnelser i EU til at omfatte ikke-landbrugsprodukter. 6

1. Den nuværende situation for geografiske betegnelser i EU 6

1.1 Hvad er en geografisk betegnelse? 6

1.2 Den retlige ramme for beskyttelse af geografiske betegnelser 6

1.2.1 De internationale retlige rammer 7

1.2.2 De retlige rammer i EU 7

1.2.2.1 Ensartet beskyttelse på EU-plan begrænset til landbrugsprodukter og fødevarer 7

1.2.2.2 Forskellige nationale retlige rammer for ikke-landbrugsprodukter 8

2. Potentielle økonomiske, sociale og kulturelle fordele ved at udvide beskyttelsen af geografiske betegnelser til at omfatte ikke-landbrugsprodukter på EU-plan 8

2.1 Det økonomiske potentiale i geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter 8

2.2 Fordele for forbrugerne 9

2.3 Støtte til EU's internationale indsats for at styrke beskyttelsen af geografiske betegnelser 9

2.4 Bevarelse og værdsættelse af de europæiske traditioner, den europæiske knowhow, de kulturelle udtryksformers mangfoldighed og kulturarven 11

3. Problemer og udfordringer ved at gøre ikke-landbrugsprodukter berettiget til beskyttelse af geografiske betegnelser 12

4. Alternativer til harmoniseret EU-beskyttelse 13

II — Muligheder for at yde beskyttelse af geografiske betegnelser på EU-plan 14

1. Mål og kriterier for beskyttelse 15

1.1 Hvilken betegnelse: navne og symboler 15

1.2 Hvilke betegnelser bør være udelukket fra beskyttelse af geografiske betegnelser? 16

2. Hvad bør beskyttelse af geografiske betegnelser anvendes på: en tværgående tilgang sammenlignet med en sektoriel tilgang? 17
3. Tilknytningen mellem produkt og område 17
3.1 Hvor stærk bør tilknytningen til området være? 17
3.2 Kvalitet og varespecifikation 18
3.3 Omdømme forbundet med produktet 19
4. Hvordan kan beskyttelsen styrkes? 19
4.1 Harmonisering af nationale love 19
4.2 Oprettelse af et fælles EU-dækkende system 20
5. Registrering 21
5.1 De nationale administrative myndigheders rolle i et EU-registreringssystem 21
5.2 Forvaltning af et EU-register 22
5.3 Procedurens indhold 22
5.3.1 Ansøgere 22
5.3.2 Indsigelse mod registreringen af en geografisk betegnelse 23
5.3.3 Gebyrer 23
6. Beskyttelsens omfang 23
6.1 Det ydede beskyttelsesniveau 23
6.2 Overvågning og håndhævelse af rettigheder til geografiske betegnelser 24
6.3 Varigheden af beskyttelsen af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter 25
7. Efter registrering 25
7.1 Annullering af beskyttelsen 25
7.2 Potentielle konflikter mellem geografiske betegnelser og varemærker 26
Konklusion 27

Indledning

I vore dages globaliserede verden kan forbrugerne vælge mellem et næsten ubegrænset udvalg af produkter. For at træffe et kvalificeret valg skal forbrugerne indhente og sammenligne oplysninger om prisen på et stigende antal varer og om deres egenskaber. Prisen på et produkt og dets grundlæggende egenskaber er ikke altid de eneste afgørende faktorer. Forbrugerne ser også på, hvordan man kan identificere autentiske, originale kvalitetsprodukter, og forventer, at den bekendtgjorte kvalitet og de bekendtgjorte særlige egenskaber giver de kvaliteter, de sætter pris på, og for hvilke de ofte er villige til at betale en højere pris.

For at opnå dette kan det omdømme og/eller de givne kvalitetsmæssige egenskaber, der forbindes med produkter på grund af deres særlige oprindelse, krystalliseres i den såkaldte "geografiske betegnelse", som beskriver produktet. Geografiske betegnelser er betegnelser, der identificerer varer som havende oprindelse i et land, en region eller en lokalitet, hvor produktets særlige kvalitet, omdømme eller andre kendetegn især kan tilskrives dets geografiske oprindelse, f.eks. Bordeaux (vine), Vetro di Murano (glas) eller Prosciutto di Parma.

Det siger sig selv, at geografiske betegnelser er relevante for landbrugsprodukter, fødevarer, vine og andre alkoholiske drikkevarer, hvor den geografiske oprindelse er knyttet til kvaliteter, der stammer enten direkte fra jorden eller klimaet (f.eks. vine) eller fra en kombination af naturlige faktorer og traditionelle fremstillingsmetoder, der anvendes i den pågældende region (f.eks. Bayerisches Bier). Anvendelsen af geografiske betegnelser er imidlertid ikke begrænset til landbrugsprodukter. En geografisk betegnelse kan også fremhæve et produkts særlige kvaliteter, som skyldes menneskelige faktorer på produktets oprindelsessted såsom særlige fremstillingsmæssige færdigheder og traditioner. Dette gælder f.eks. for håndværk, som normalt er håndlavet ved hjælp af lokale naturressourcer, og som sædvanligvis er en del af lokalsamfunds traditioner.

Den Europæiske Union (EU) er rig på sådanne autentiske ikke-landbrugsprodukter, som er baseret på traditionel viden og traditionelle produktionsmetoder, som ofte er rodfæstet i den kulturelle og sociale arv i et bestemt geografisk område, f.eks. Český křišťál (bøhmisk krystal), skotskternet stof fra Skotland, Marmo di Carrara (marmor) eller Meissner Porzellan (porcelæn). Alle disse produkter er en del af Europas traditionelle viden og færdigheder, og de er derfor vigtige for den europæiske kulturarv og bidrager til den kulturelle og kreative økonomi. De har også et betydeligt økonomisk potentiale, hvis de rigtige betingelser for deres udnyttelse er opfyldt. Innovation og teknologisk udvikling er af stor betydning for at udnytte lokal ekspertise og arv bedst muligt.

EU er bundet af regler om beskyttelse af geografiske betegnelser i henhold til aftalen om handelsaspekter vedrørende intellektuel ejendomsret (TRIPS), som gælder for alle 159 medlemmer af Verdenshandelsorganisationen (WTO), og som dækker både landbrugsprodukter og ikke-landbrugsprodukter. Geografiske betegnelser skal være beskyttet i alle WTO-medlemslandene for at undgå at vildlede offentligheden med hensyn til varers oprindelse og for at forhindre illoyal konkurrence. WTO's medlemmer har mulighed for at bruge forskellige retlige instrumenter for at opnå dette. Nogle af WTO's medlemmer, herunder 15 EU-medlemsstater, har sui generis-lovgivning om beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter.

På EU-plan findes der for øjeblikket ensartet beskyttelse af geografiske betegnelser for vine, spiritus, aromatiserede vine og landbrugsprodukter og fødevarer. Der eksisterer på nuværende

tidspunkt ingen harmoniseret eller ensartet beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-plan. I stedet finder nationale retlige instrumenter anvendelse, hvilket medfører forskellig retlig beskyttelse i Europa. Producenter af ikke-landbrugsprodukter, som ønsker at beskytte en geografisk betegnelse i hele EU, skal sikre, at de har separat beskyttelse i den enkelte medlemsstat, hvilket ikke er i overensstemmelse med målene for det indre marked.

Kommissionen påviste problemet i sin meddelelse fra 2011 om *et indre marked for intellektuelle ejendomsrettigheder*[1] og foreslog en dybtgående analyse af den eksisterende lovramme for beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i medlemsstaterne og dens virkninger på det indre marked.

Undersøgelsen af beskyttelsen af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i det indre marked ("undersøgelsen") blev bestilt i 2012[2] for at følge op på dette. Undersøgelsen, som Kommissionen offentliggjorde i marts 2013, konkluderer, at de eksisterende retlige instrumenter, der er til rådighed for producenter på nationalt og europæisk plan, er utilstrækkelige. Kommissionen afholdt en offentlig høring den 22. april 2013 for at drøfte resultaterne af undersøgelsen og skabe en platform for en bred debat om behovet for en mere effektiv beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-plan. Mange af de interessenter, der deltog, støttede kravet i undersøgelsen om bedre beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-plan.

På baggrund af resultaterne af undersøgelsen og udfaldet af den offentlige høring besluttede Kommissionen at gå videre med det analytiske arbejde gennem denne grønbog. Den agter at foretage den bredest mulige høring af alle interessenter om, hvorvidt der i EU er behov for at øge beskyttelsen af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter og i givet fald, hvilken tilgang der bør anvendes. Alle interesserede parter opfordres til at fremsætte bemærkninger til de emner, der behandles i denne grønbog, ved at besvare de anførte spørgsmål. Kommissionen vil tage højde for resultaterne af denne høring, når den beslutter, om det er hensigtsmæssigt at iværksætte yderligere tiltag på EU-plan.

[1] http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0287&rid=1.
[2] Undersøgelsen blev gennemført før Kroatiens tiltrædelse af Den Europæiske Union og omfatter ikke landet.

I — Den bedste udnyttelse af geografiske betegnelser: de potentielle fordele ved at udvide beskyttelsen af geografiske betegnelser i EU til at omfatte ikke-landbrugsprodukter

1. Den nuværende situation for geografiske betegnelser i EU

1.1 Hvad er en geografisk betegnelse?

En geografisk betegnelse er et tegn, normalt et navn, der anvendes på varer med en bestemt geografisk oprindelse, og som har kvaliteter, kendetegn eller et omdømme, der især kan tilskrives dette oprindelsessted. En geografisk betegnelse omfatter eller består typisk af navnet på varernes oprindelsessted. Dette navn kan anvendes kollektivt af alle virksomheder fra det pågældende område, som fremstiller et bestemt produkt på en foreskreven måde. Champagne og Prosciutto di Parma er eksempler på nogle verdensberømte geografiske betegnelser.

Formålet med at beskytte en geografisk betegnelse som en intellektuel ejendomsret er at sikre producenterne loyal konkurrence og give forbrugerne pålidelige oplysninger om produktionsstedet og/eller -metoden og produktets kvalitet[3]. Beskyttelsen af geografiske betegnelser er afgørende for at bevare traditionelle produkter af høj kvalitet og den knowhow og de job, der er forbundet med dem. Beskyttelsen af geografiske betegnelser støtter derfor små og mellemstore virksomheder og producenter (SMV'er). Geografiske betegnelser understreger forholdet mellem menneskelig aktivitet, kultur, jord og ressourcer samt bidrager til at beskytte immaterielle aktiver såsom omdømme og kvalitetsstandarder.

Geografiske betegnelser er også et incitament til at investere i ny teknologi og innovation for at beskytte produkternes høje kvalitet, samtidig med at konkurrenceevnen bevares.

Geografiske betegnelser har særlige kendetegn, som adskiller dem fra andre intellektuelle ejendomsrettigheder, da de generelt ikke er en enkelt enheds ejendom, som det normalt er tilfældet med varemærker eller patenter. Geografiske betegnelser tilhører et lokalsamfund som helhed, dvs. alle producenter, hvis produkter stammer fra det afgrænsede geografiske område, og som overholder de specifikationer, der er fastsat for den pågældende geografiske betegnelse.

1.2 Den retlige ramme for beskyttelse af geografiske betegnelser

1.2.1 De internationale retlige rammer

En række traktater, som forvaltes af Verdensorganisationen for Intellektuel Ejendomsret (WIPO), yder beskyttelse af geografiske betegnelser, især Pariserkonventionen fra 1883 om beskyttelse af industriel ejendomsret[4] og Lissabonaftalen om beskyttelse af

[3] Ligesom det er tilfældet med alle andre produkter, skal produkter med et navn, som er en geografisk betegnelse, overholde den eksisterende EU-ordning med "væsentlige krav" og krav til produktsikkerheden, som sikrer et velfungerende indre marked, produktsikkerheden for borgerne og beskyttelse af visse andre offentlige interesser, f.eks. beskyttelse af miljøet eller energieffektiviteten.

[4] Pariserkonventionen henviser generelt til "angivelser af herkomst" og "oprindelsesbetegnelser" som genstande for industriel ejendomsret, men den definerer ikke disse begreber. Alle EU-medlemsstaterne er parter i denne konvention.

oprindelsesbetegnelser og deres internationale registrering[5]. Desuden omhandler TRIPS-aftalens artikel 22-24 den internationale beskyttelse af geografiske betegnelser inden for WTO[6].

Disse internationale aftaler giver mulighed for at yde beskyttelse af geografiske betegnelser for alle produkttyper, både landbrugsprodukter og ikke-landbrugsprodukter. De adskiller sig imidlertid væsentligt med hensyn til definition, omfang, tilknyttede håndhævelsesforanstaltninger og andre aspekter af beskyttelse af geografiske betegnelser.

1.2.2 De retlige rammer i EU

I Europa findes der beskyttelse af geografiske betegnelser for både landbrugsprodukter og ikke-landbrugsprodukter. Landbrugsprodukter og fødevarer (vin og spiritus) kan nyde godt af ensartet beskyttelse, der udelukkende ydes på EU-plan. Geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter beskyttes kun på nationalt/regionalt plan gennem forskellige nationale retlige rammer.

1.2.2.1 Ensartet beskyttelse på EU-plan begrænset til landbrugsprodukter og fødevarer

På EU-plan er der indført ensartet beskyttelse af geografiske betegnelser for vine (1970), spiritus (1989), aromatiserede vine (1991) og andre landbrugsprodukter og fødevarer (1992). Hovedformålet med disse systemer er at fremme kvalitet, variation og værdi i fødevarekæden, bevare traditionel knowhow i sektoren og stimulere diversificering og beskæftigelse i landdistrikterne. Disse systemer yder vidtrækkende ensartet beskyttelse i hele EU til de beskyttede navne for de omfattede produkter med kun én ansøgningsproces. Ved udgangen af april 2014 var der registreret 336 navne på spiritus, 1 577 navne på vine og 1 184 navne på fødevarer og landbrugsprodukter i EU. Den anslåede salgsværdi for geografiske betegnelser i EU i 2010 beløber sig til 54,3 mia. EUR, herunder 11,5 mia. EUR i eksportsalg (15 % af EU's industrieksport af fødevarer og drikkevarer).

EU-Domstolen har bekræftet, at en geografisk betegnelse er en intellektuel ejendomsret[7]. EU-systemet til beskyttelse af dem er eksklusivt og forhindrer medlemsstaterne i at anvende separate, sideløbende nationale eller regionale ordninger (som f.eks. i forbindelse med varemærker)[8]. Der findes nationale systemer, som regulerer det første trin i ansøgningsprocessen vedrørende EU-registrering af geografiske betegnelser og sikrer deres

[5] 10 EU-medlemsstater er parter i Lissabonaftalen. Syv EU-medlemsstater har ratificeret den: Bulgarien, Tjekkiet, Frankrig, Ungarn, Italien, Portugal og Slovakiet. Tre medlemsstater har undertegnet den, men ikke ratificeret den: Spanien, Grækenland og Rumænien.

[6] TRIPS-aftalens artikel 22 fastsætter definitionen af en geografisk betegnelse og indeholder en generel forpligtelse for medlemmerne af WTO til at sikre beskyttelse mod vildledende anvendelse af en geografisk betegnelse og mod anvendelse, der udgør illoyal konkurrence. Den fastsætter også, at parterne skal afvise eller ugyldiggøre registreringen af varemærker, der indeholder eller består af en geografisk betegnelse for varer, som ikke har oprindelse i det angivne område, hvis anvendelsen af betegnelsen i varemærket for disse varer kan vildlede offentligheden med hensyn til det egentlige oprindelsessted. TRIPS-aftalens artikel 23 yder et højere beskyttelsesniveau for geografiske betegnelser for vin og spiritus. I artikel 23, stk. 1, fastsættes en standard med fuldstændig beskyttelse, som betyder, at parterne skal forhindre registrering af en betegnelse for vin/spiritus for vin eller spiritus, som ikke har oprindelse i det pågældende geografiske område, selv om varernes virkelige oprindelse også er anført, eller den geografiske betegnelse bruges i oversættelse eller er ledsaget af udtryk som f.eks. "art", "type", "stil", "efterligning" eller lignende. Geografiske betegnelser for vin og spiritus skal beskyttes, selv om misbrug af et navn på en geografisk betegnelse ikke ville vildlede forbrugerne.

[7] Se sag C-3/91, Turrón de Jijona, præmis 37, eller Prosciutto di Parma, sag C-108/01, præmis 64.

[8] Se sag C-478/07, Budějovický Budvar, præmis 114.

administrative håndhævelse (f.eks. officiel kontrol af overensstemmelsen med producenternes varespecifikationer og overvågning af anvendelsen af en geografisk betegnelse på markedet)[9].

EU-systemet til beskyttelse af geografiske betegnelser for landbrugsprodukter betragtes generelt som en succeshistorie, hvilket en nylig undersøgelse bestilt af Kommissionen viser[10]. Det har givet forbrugerne og producenterne mærkbare fordele såsom detaljerede oplysninger og kvalitetsgaranti til forbrugerne, mere stabile fortjenester til producenterne, øget synlighed, ofte som følge af deltagelse i handelsmesser, adgang til nye indenlandske markeder og/eller eksportmarkeder, bedre adgang til PR-midler og investeringsstøtte til producenterne. Beskyttelsen af geografiske betegnelser bidrager også til at bevare den lokale infrastruktur og beskæftigelse, særlig i fattige områder, og gavner derfor samfundet som helhed.

1.2.2.2 Forskellige nationale retlige rammer for ikke-landbrugsprodukter

Medlemsstaternes love om beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter er endnu ikke blevet harmoniseret. De relevante nationale rammer varierer derfor væsentligt mellem medlemsstaterne. Der er betydelige forskelle i definitioner, registreringsprocedurer og -udgifter, beskyttelsens omfang og retshåndhævelsesmidler. Derfor er geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter omfattet af forskellige beskyttelsesniveauer, afhængigt af fremstillingslandet, og de er baseret på den grundlæggende beskyttelse. der er fastsat i TRIPS-aftalen.

Ikke-landbrugsprodukter er i alle medlemsstater omfattet af love om illoyal konkurrence eller vildledning af forbrugerne. Dette gælder også for varemærkelovgivning, som også kan yde en vis beskyttelse. Der findes for øjeblikket sui generis-systemer, som yder beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, i 15 medlemsstater[11]. Disse love har forskellige former, lige fra regionale eller nationale bestemmelser om bestemte håndværk (f.eks. keramik) til specifikke love om et bestemt produkt (f.eks. Solingen-knive) eller til regionale eller nationale love, som beskytter alle geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter[12].

Spørgsmål:

1. Synes du, at der er fordele eller ulemper ved de nuværende forskellige niveauer for og midler til beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i de forskellige medlemsstater i EU? Uddyb venligst dit svar.

2. Potentielle økonomiske, sociale og kulturelle fordele ved at udvide beskyttelsen af geografiske betegnelser til at omfatte ikke-landbrugsprodukter på EU-plan

2.1 Det økonomiske potentiale i geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter

[9] Se sag C-35/13, Felino, præmis 28.

[10] Undersøgelsen om *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)* kan ses på http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

[11] Belgien (Vallonien), Bulgarien, Tjekkiet, Estland, Frankrig, Tyskland, Ungarn, Letland, Polen, Portugal, Rumænien, Slovakiet, Slovenien, Spanien (Murcia-regionen), se undersøgelsen, s. 30.

[12] Undersøgelse om beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i det indre marked, s. 29-73, http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf.

Der kan være to vigtige potentielle fordele ved et harmoniseret EU-system for geografiske betegnelser for producenter af ikke-landbrugsprodukter. Hvis deres produkters særegenhed og tiltrækningskraft øges som følge af en garanti for kvaliteten og oprindelsen i hele EU, kan det give omsætningen[13] et skub, og det vil medføre en mere effektiv og ensartet EU-dækkende beskyttelse mod tab som følge af forfalskning og efterligning.

Beskyttelse af geografiske betegnelser kan anvendes på alle typer ikke-landbrugsprodukter og produktionsmetoder fra lav- og mellemteknologiske produkter, f.eks. Český křišťál (bøhmisk krystal), til mere højteknologiske produkter. For nylig blev det i undersøgelsen skønnet, at direkte og indirekte beskæftigelse i sektoren for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i Europa skaber op til 4,08 mio. job[14]. Disse job findes hovedsageligt i SMV'er beliggende i de fattige regioner[15]. To tredjedele af de regioner, som ikke-landbrugsprodukter med geografiske betegnelser stammer fra, har en fattigdoms- eller arbejdsløshedsprocent på over 20.

En garanti for omdømmet og/eller kvaliteten af ikke-landbrugsprodukter, der er omfattet af beskyttelse af den geografiske betegnelse i hele EU, kan give producenterne lettere adgang til PR-midler og investeringsstøtte fra offentlige myndigheder og bedre adgang til handelsmesser. Muligheden for at deltage i en EU-dækkende harmoniseret ordning for geografiske betegnelser kan også styrke producentsammenslutningers fælles organisering og forvaltning af det beskyttede navn.

En berømt geografisk betegnelse kan også give oprindelsesstedet eller -regionen mere publicity og give multiplikatoreffekt, f.eks. i form af øget turisme[16] og flere handelsmesser og kulturelle aktiviteter, og dermed skabe flere jobmuligheder[17].

Beskæftigelse genereret af et bestemt produkt med en geografisk betegnelse kan typisk ikke flyttes til andre steder på grund af dens iboende tilknytning til et område. Set ud fra dette synspunkt kan en forbedring af visse regioners velstand ved at yde beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter bidrage til at bevare job og velstand i visse økonomisk skrøbelige områder.

Spørgsmål:

2. Tror du, at en styrket og harmoniseret EU-beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-plan kan have positive økonomiske virkninger i det indre marked som beskrevet ovenfor?
3. Er der efter din mening negative virkninger, som en sådan beskyttelse kan have på EU-økonomien?

[13] Desuden spiller status for geografiske betegnelser en væsentlig rolle med hensyn til at give producenter mulighed for at levere til større detailhandlere og finde nye kunder uden for de områder, hvor produkterne traditionelt var kendt og værdsat af forbrugerne. Da forbrugerne på udenlandske markeder desuden opfatter geografiske betegnelser som en ekstra garanti for produktkvalitet, som er kontrolleret af et eksternt organ, hjælper retten til en geografisk betegnelse producenterne med at få adgang til nye eksportmarkeder.

[14] Undersøgelsen, s. 133.

[15] Kilde: Europæiske statistikker vedrørende fattigdom og arbejdsløshed for NUTS 2-regioner. Dette gælder f.eks. for Binche Lace (Belgien) eller Black Clay fra Olho Marinho (Portugal).

[16] F.eks. den europæiske rute for keramik (certificeret som "kulturrute" af Europarådet i maj 2012), som sigter mod at øge keramikområders tiltrækningskraft som bæredygtige turistmål.

[17] Se *Geographical Indications, An introduction*, WIPO, http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf.

2.2 Fordele for forbrugerne

Geografiske betegnelser gør det muligt for forbrugere, som lægger vægt på produkters geografiske oprindelse, har sans for den kultur eller tradition, der er forankret i dem, eller er interesseret i særlige egenskaber eller en særlig kvalitet ved varerne, at træffe et kvalificeret, sikkert valg baseret på pålidelige oplysninger[18]. Formålet med geografiske betegnelser er at give forbrugerne sikkerhed for, at et produkt har en bestemt kvalitet, bestemte kendetegn og/eller et bestemt omdømme på grund af dets særlige oprindelsessted, hvis dette er noget, de værdsætter.

Officielle kontroller eller overvågningsmekanismer, der skal sikre, at produkter med en beskyttet geografisk betegnelse overholder varespecifikationerne, er en central funktion i de nuværende EU-systemer for geografiske betegnelser i landbrugssektoren. Beskyttelse af geografiske betegnelser er et redskab til at forhindre svigagtig anvendelse af et navn for en geografisk betegnelse på markedet. Formålet med den er ikke at begrænse forbrugernes udvalg af produkter, men at reservere en bestemt betegnelse til varer, som opfylder varespecifikationerne og har en klar geografisk tilknytning. Den forhindrer ikke andre producenter i at markedsføre den samme type varer under et andet navn. Geografiske betegnelser er i det væsentlige bestemt til at beskytte forbrugerne mod at ende med varer, som ikke har de kvaliteter og egenskaber, de forventer, og for hvilke de ofte er villige til at betale en højere pris[19].

Spørgsmål:

4. Mener du, at en harmoniseret EU-beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter kan være til gavn for forbrugerne?
5. Er der efter din mening negative virkninger for forbrugerne?

2.3 Støtte til EU's internationale indsats for at styrke beskyttelsen af geografiske betegnelser

At skabe ensartet beskyttelse for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i EU kan også have en positiv indvirkning på forhandling af handelsaftaler med tredjelande, som er interesseret i at sikre bedre beskyttelse af deres geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i EU. Manglen på et harmoniseret og sammenhængende EU-system for beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter påvirker EU's evne til at forhandle spørgsmålet bilateralt og opnå bedre beskyttelse i disse tredjelande for geografiske betegnelser for EU-landbrugsprodukter. Beskyttelsen af tredjelandes geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-markedet er i stigende grad blevet en væsentlig faktor i en række bilaterale forhandlinger med EU-handelspartnere. Disse har ofte en bemærkelsesværdig rig tradition for velkendte håndværk og ikke-landbrugsprodukter, f.eks. beskytter Indien visse

[18] I henhold til en Eurobarometer-undersøgelse (298) fra 2008 sagde 26% af forbrugerne, at de var interesseret i oprindelseslandet for nonfoodprodukter (ikke geografiske betegnelser som sådan), hvilket var det fjerdehøjest placerede aspekt efter pris, sikkerhed og varemærke.

[19] Først når forbrugerne hører om produkters kvalitet, giver det mening for producenterne at investere i fremstilling af produkter af høj kvalitet. Hvis et firma beslutter at fremstille produkter af høj kvalitet, bliver afkastet af denne beslutning sikret i fremtiden som følge af producentens langsigtede investering i opbygning af et veletableret omdømme. Først når forbrugerne er kvalitetsbevidste, har firmaet et incitament til at investere i sit omdømme og dermed få en højere pris. Forbrugeren får til gengæld et bredt udvalg af sikre produkter af høj kvalitet.

geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter forbundet med sarier, silkemaling og sjaler.

På multilateralt niveau i WTO kunne EU's forhandlingsindsats for at forbedre beskyttelsesniveauet for geografiske betegnelser også nyde godt af et ensartet europæisk system for beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter. EU har i forbindelse med forhandlingerne om WTO's Dohaudviklingsdagsorden arbejdet for at udvide det høje beskyttelsesniveau, som på nuværende tidspunkt kun gælder for vin og spiritus, til at omfatte alle produkter.

Spørgsmål:

6. Synes du, at der er potentielle fordele eller ulemper ved en harmoniseret EU-beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter for EU's handelsforbindelser med tredjelande? I bekræftende fald, hvilke?

2.4 Bevarelse og værdsættelse af de europæiske traditioner, den europæiske knowhow, de kulturelle udtryksformers mangfoldighed[20] og kulturarven

Den bedste måde, hvorpå typiske ikke-landbrugsprodukter, som kan komme i betragtning til geografiske betegnelser, kan konkurrere effektivt, er ved hjælp af deres autenticitet, særprægede kvalitet og andre egenskaber, som forbrugerne værdsætter. De er under konstant pres fra produkter, som bemægtiger sig deres omdømme, og disse produkter er ofte af dårligere kvalitet og sælges til lavere priser. De produkter, som kan komme i betragtning til geografiske betegnelser, kan få succes, hvis konkurrencen er baseret på fair praksis, men hvis efterligninger nyder godt af de originale produkters omdømme, autenticitet og forventninger til kvaliteten ved at bruge det geografiske navn, som omdømmet har udkrystalliseret sig i, kan fremstillingen af de originale produkter i sidste ende ophøre og forsvinde, som f.eks. den litauiske hørtekstilindustri. Produkter med geografiske betegnelser holder traditionel og værdifuld knowhow i live og videregives fra generation til generation. Produktionsmetoderne og de dermed forbundne aktiviteter udgør et identifikationspunkt for lokalsamfundet, som er opbygget over lang tid. Produkter med geografiske betegnelser fastholder samarbejdsnet mellem producenter og mellem producenter og andre berørte lokale organer, f.eks. offentlige organer og turistorganisationer. De bidrager derfor til at opbygge social kapital i en region. I sidste ende kan et væsentligt element af Europas historiske, kulturelle og sociale arv blive beskadiget, hvis produkter med geografiske betegnelser forsvinder på grund af mangel på passende beskyttelse.

Spørgsmål:

7. Tror du, at en harmoniseret beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-niveau vil bidrage til at bevare den traditionelle kulturelle og kunstneriske arv, der kommer til udtryk i de produkter, som kan komme i betragtning til geografiske betegnelser? Uddyb venligst dit svar.
8. Vil en sådan beskyttelse bidrage til at opbygge social kapital i produktionsområderne?

[20]Den Europæiske Union blev i 2006 part i UNESCO's konvention om beskyttelse og fremme af de kulturelle udtryksformers mangfoldighed og skal i henhold til EU-traktatens artikel 167 tage hensyn til de kulturelle aspekter i sin indsats i henhold til andre bestemmelser i traktaterne, navnlig med henblik på at respektere og fremme sine kulturers mangfoldighed.

3. Problemer og udfordringer ved at gøre ikke-landbrugsprodukter berettiget til beskyttelse af geografiske betegnelser

Jo stærkere en geografisk betegnelses omdømme og anerkendelse er, desto mere sandsynligt er det, at konkurrenterne vil forsøge at udnytte den og misbruge navnet på varer, som ikke stammer fra det specifikke geografiske område og/eller ikke opfylder de pågældende varespecifikationer eller kvalitetsmæssige egenskaber, som navnet indebærer. Misbrug af en geografisk betegnelse medfører, at lovlige erhvervsdrivende mister indkomst og markedsandele, samt potentiel skade på dens omdømme og yderligere retsomkostninger.

I henhold til undersøgelsen var der i forbindelse med 57,4 % af de undersøgte produkter (n = 94) større problemer og tab på grund af misbrug af deres geografiske betegnelse[21]. Det drejede sig bl.a. om følgende:

- efterligninger, som kommer fra det samme land[22], andre EU-lande[23] eller tredjelande, især fra Asien[24]
- anvendelse af det beskyttede navn til produkter uden forbindelse med navnet, f.eks. "Belgian stone" for forfalsket Pierre bleue de Belgique (sten), tyrkisk marmor markedsført under betegnelsen "Botticino Royal" og "The New Botticino"[25] eller
- anvendelse af det beskyttede navn til produkter, som ikke er den samme type produkt, f.eks. kinesisk granit og indisk skifer og kalksten fra andre lande, som bruger navnet "natural stone from Castile and Leon"[26].

Omkostningerne til sagsanlæg mod krænkere kan være en betydelig økonomisk byrde for en virksomhed. F.eks. er de anslåede omkostninger for Český granát (Tjekkiet) til at indbringe en sag for retten eller forvaltningsorganer 200 000 CZK (ca. 7 770 EUR) om året, og for Solingen er det ca. 50 000 EUR om året[27]. Afhængig af situationen kan omkostningerne til at sikre effektiv beskyttelse være betydeligt højere.

Undersøgelsen viser, at producenterne anvender en lang række strategier for at beskytte sig mod krænkelser såsom protestskrivelser (f.eks. Harris Tweed og Schwarzwälder Kuckucksuhr), kampagner til bekæmpelse af forfalskning (f.eks. Swiss Watches), registrering af varemærker (f.eks. Ceramica Artistica e tradizionale di Vietri sul Mare) eller sagsanlæg (f.eks. Deruta ceramics, Murano).

Ifølge undersøgelsen er resultatet af alle disse tiltag imidlertid ofte usikkert, fordi der ikke findes en ensartet retlig EU-ramme for beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, hvilket fører til forskellige systemer med forskellige grader af beskyttelse og retshåndhævelse og uden en klar universel ramme.

[21] Undersøgelsen, s. 97.
[22] Aubusson-gobeliner, Moustiers-fajance, Bourgogne-sten osv.
[23] F.eks. italienske efterligninger af Bourgogne-sten, rumænske efterligninger af Murano-glas.
[24] F.eks. Binche-kniplinger, Carrara-marmor, Murano-glas, Horezu-keramik, natursten fra Castilla y León.
[25] Botticino er en by i Brescia-provinsen i Italien.
[26] Undersøgelsen, s. 99.
[27] Ibid, s. 109.

Spørgsmål:

9. Tror du, at en harmoniseret EU-beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter kan hjælpe producenterne med at forsvare sig mod efterligninger og misbrug? Uddyb venligst dit svar.
10. Hvordan kan konkurrerende producenter beskytte sig mod misbrug af geografiske betegnelser?

4. Alternativer til harmoniseret EU-beskyttelse

I henhold til undersøgelsen yder de eksisterende nationale instrumenter en vis grad af beskyttelse, når de anvendes med henblik på at yde beskyttelse af geografiske betegnelser på EU-niveau for ikke-landbrugsprodukter.

Love om illoyal konkurrence[28] og vildledning af forbrugerne, som findes i alle EU-medlemsstater, yder beskyttelse mod urimelig handelspraksis, herunder vildledende oplysninger om et produkts vigtigste kendetegn, som f.eks. dets geografiske oprindelse[29]. Disse loves omfang er imidlertid i praksis begrænset med hensyn til at yde effektiv beskyttelse mod misbrug af navne på ikke-landbrugsprodukter.

Desuden varierer disse love stadig væsentligt mellem medlemsstaterne. F.eks. er forskellige nationale, regionale eller lokale organer[30] (f.eks. i Spanien) eller private forbrugerorganisationer (f.eks. i Tyskland) ansvarlige for retshåndhævelsen af disse love, hvilket medfører forskellige omkostninger, procedurer og formelle krav. I henhold til undersøgelsen[31] er der i lande, hvor retshåndhævelsen foregår gennem sådanne organer, ikke fundet eksempler på tiltag, der skal beskytte geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter.

Desuden fremgår det af undersøgelsen, at producenterne ofte ikke anlægger civile søgsmål mod urimelig praksis, da omkostningerne kan være betydelige, og det ofte er svært at finde beviser[32].

Varemærkebeskyttelse har også begrænsninger. Den giver ejeren ret til at udelukke alle andre fra at anvende varemærket. Det valgte varemærke (navn, logo osv.) behøver ikke at have

[28] Illoyal konkurrence kan defineres som "enhver illoyal konkurrence, der er i strid med ærlig forretningspraksis og industrielle handelsforhold".

[29] Direktiv 2005/29/EF definerer den urimelige handelspraksis, der er forbudt i Den Europæiske Union (EU) og de andre tre EØS-lande. Artikel 6 understreger, at en handelspraksis skal betragtes som vildledende, hvis den indeholder urigtige oplysninger, som vildleder eller kan forventes at vildlede en gennemsnitsforbruger, særlig vedrørende de væsentligste egenskaber ved produktet, som f.eks. den geografiske eller handelsmæssige oprindelse. Artikel 11 fastsætter retsmidler, da medlemsstaterne og andre EØS-lande skal påse, at der findes tilstrækkelige og effektive midler til bekæmpelse af urimelig handelspraksis. Disse midler skal omfatte retsforskrifter, hvorefter personer eller enheder, der har en legitim interesse (forbrugere og konkurrenter), får adgang til at indbringe en sag for retten i anledning af sådan urimelig handelspraksis og/eller til at indbringe sådan urimelig handelspraksis for en administrativ myndighed.

[30] De administrative myndigheder i Bulgarien, Cypern, Estland, Finland, Tyskland, Grækenland, Italien, Letland, Luxembourg, Polen, Portugal, Rumænien og Slovenien har pligt til at undersøge de klager, de modtager. De fleste kompetente myndigheder kan afvise klager af forskellige grunde, f.eks. afvises 40 % af alle klager af hensyn til rationalisering i Belgien, og kun klager, der indebærer betydelige økonomiske tab behandles.

[31] Undersøgelsen, s. 35.

[32] Undersøgelsen, s. 34-35.

nogen tilknytning til produkterne eller deres oprindelse. Derimod er formålet med en beskyttet geografisk betegnelse at give forbrugerne en garanti for, at varerne er fremstillet et bestemt sted og derfor har særlige kvaliteter. Derfor kan et varemærke normalt ikke give de samme oplysninger og garantier som en geografisk betegnelse.

I nogle tilfælde kan en geografisk betegnelse opnå en vis beskyttelse i henhold til varemærkelovgivning, nærmere bestemt ved hjælp af kollektive mærker eller certificeringsmærker. Kollektive mærker ejes i fællesskab af en gruppe producenter (f.eks. en sammenslutning) og kan anvendes af mere end en person, når blot brugeren er medlem af gruppen og overholder de fastsatte regler. Et certificeringsmærke ejes af en certificerende juridisk enhed, som kontrollerer, at mærket anvendes i henhold til certificeringsstandarder. Certificeringsorganet kontrollerer brugen af mærket og har eneret til at forhindre uautoriseret brug. Certificeringsorganet kan normalt ikke selv bruge mærket, og enhver, der opfylder certificeringsstandarderne, kan anvende det. Disse typer beskyttelse tilvejebringer nogle af egenskaberne ved beskyttelse af geografiske betegnelser. Den almindelige varemærkelovgivning fastsætter imidlertid ikke foruddefinerede standarder, særlig en tilknytning til et bestemt geografisk område, og lader det være op til indehaveren selv at fastsætte sine egne anvendelsesregler. Derfor har kollektive mærker og certificeringsmærker ikke de samme centrale garantimæssige egenskaber som en ordning for geografiske betegnelser[33]. Det gældende EU-varemærkesystem dækker ikke certificeringsmærker, men giver producenter af produkter med geografiske betegnelser mulighed for at registrere deres navn som et kollektivt EF-varemærke.

I de fleste tilfælde omhandler de regionale eller nationale bestemmelser om bestemte håndværk kun kollektive strategier til fremme eller beskyttelse af individuelle lokale håndværk. Specifikke love om produkter fastsætter faktisk varespecifikationer (f.eks. Solingen-knive, Harris Tweed og Bordado da Madeira). De eksisterende regionale og nationale love om branchebeskyttelse er ikke harmoniserede og afviger betydeligt med hensyn til centrale aspekter såsom definitionen af en geografisk betegnelse, beskyttelsens omfang, registreringsprocedurer, gebyrer, kontroller og retshåndhævelse. Endvidere kan beskyttelse via nationale love kun sikre, at den geografiske betegnelse overholdes i den pågældende medlemsstat. De giver hverken beskyttelse i hele EU eller garanterer lige konkurrencevilkår for beskyttelse i det indre marked.

Spørgsmål:

11. Hvad mener du om de nuværende alternativer til harmoniseret beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter?

II — Muligheder for at yde beskyttelse af geografiske betegnelser på EU-plan

En reaktion på de ovenfor skitserede udfordringer på EU-plan kan have forskellige former. En bedre beskyttelse af geografiske betegnelser skal være i overensstemmelse med den gældende europæiske og internationale retlige ramme og skal opfylde både de økonomiske behov og

[33]Se "Guide to geographical indicators linking products and their origins" af Daniele Giovannucci, Tim Josling, William Kerr, Bernard O'Connor, May T. Yeung (International Trade Centre).

interessenternes behov. Det eksisterende system for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter kan anvendes som sammenligning. I det følgende afsnit af grønbogen anmoder Kommissionen om interesserede parters synspunkter om en række aspekter, som er centrale for udformningen af et muligt EU-initiativ vedrørende beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter.

1. Mål og kriterier for beskyttelse

De mulige mål for en ny foranstaltning kan være lige fra at opfylde minimumskravene til beskyttelse af geografiske betegnelser fastsat i TRIPS-aftalen til at opstille yderligere kriterier, som svarer til kriterierne i EU-lovgivningen om geografiske betegnelser for landbrugsprodukter.

1.1 Hvilken betegnelse: navne og symboler

Den betegnelse, der hyppigst anvendes til at henvise til et produkt, som kan komme i betragtning til beskyttelse af den geografiske betegnelse, er produktets navn. Dette omfatter meget ofte navnet på et geografisk område (det specifikke sted eller land eller den specifikke region, f.eks. Herend[34]), som eventuelt er forbundet med navnet på varerne, f.eks. Scottish tartan[35] eller tapisserie d'Aubusson[36].

Men et ikke-geografisk navn kan også udgøre en benævnelse på en geografisk betegnelse, forudsat at den er klart forbundet med oprindelsesstedet. Hvis definitionen af en geografisk betegnelse udvides til at omfatte denne type navn, vil det give mulighed for, at flere produkter kan blive omfattet. Denne løsning blev også anvendt i EU-systemet vedrørende geografiske betegnelser for landbrugsprodukter, under hvilket f.eks. fetaost[37] og den spanske mousserende vin Cava[38] er beskyttet som geografiske betegnelser.

En anden løsningsmodel, som vil give mulighed for endnu bredere dækning, kan være beskyttelse af geografiske betegnelser med tegn eller symboler, som ikke består af tekst, og som er klart forbundet med en bestemt region eller et specifikt sted eller land, som f.eks. omridset af et geografisk område[39].

Spørgsmål:

12. Hvis der blev udviklet et nyt system på EU-plan, bør det så beskytte geografiske betegnelser, som dækker ikke-geografiske navne, der er klart forbundet med et bestemt sted?
13. I bekræftende fald, hvordan kunne systemet så sikre, at en sådan beskyttelse ikke berører andre producenters rettigheder?
14. Bør en tilsvarende beskyttelse også dække symboler, såsom omridset af et geografisk

[34] Et velkendt navn, der anvendes til at betegne porcelænsbordservice og pyntegenstande opkaldt efter byen Herend i Ungarn.

35

[36] Aubusson-tæpper er gulvtæpper, som er håndvævet i landsbyerne Aubusson og Felletin i departementet Creuse i Midtfrankrig.

[37] Der findes ikke en region med navnet "Feta" i Grækenland, men betegnelsen "Feta" har gennem langvarig og konsekvent anvendelse udviklet en stærk tilknytning til det geografiske område, hvor den fremstilles.

[38] Cava fremstilles i Catalunya, Castilla y León, Aragón, Navarra, La Rioja, Extremadura og Valencia.

[39] Et typisk eksempel er det kartografiske omrids af den amerikanske stat Florida for "appelsiner".

område? I bekræftende fald, på hvilke betingelser?

1.2 Hvilke betegnelser bør være udelukket fra beskyttelse af geografiske betegnelser?

TRIPS-aftalen fastsætter flere mulige undtagelser fra forpligtelsen til at sikre beskyttelse af en geografisk betegnelse. De omfatter artsbetegnelser[40], tilfælde, hvor der er sammenfald med et allerede eksisterende varemærke[41], og i et vist omfang tilfælde med enslydende geografiske betegnelser[42]. En betegnelse betragtes som en artsbetegnelse, hvis den er den almindelige betegnelse for produktet eller tjenesteydelsen (og ikke et specifikt eksempel på en vare eller tjenesteydelse) i det pågældende område af det land, hvor der anmodes om beskyttelse. F.eks. angiver betegnelsen "eau de cologne" nu en bestemt type parfume, uanset om den er fremstillet i Köln-området i Tyskland. Enslydende geografiske betegnelser er betegnelser, der staves eller udtales ens, men som identificerer produkter, der har oprindelse forskellige steder, normalt i forskellige lande. Der er i princippet ingen grund til, at de ikke bør have ret til at blive anvendt sideløbende. Der kan imidlertid fastsættes betingelser for en sådan sideløbende anvendelse for at undgå at vildlede forbrugerne.

Disse undtagelser afspejles i EU-forordningerne om geografiske betegnelser for landbrugsprodukter[43]. Forordningerne tilføjer andre undtagelser fra registrering, når navne falder sammen med navnet på en plantesort eller en dyrerace[44] og derfor vil kunne vildlede forbrugerne med hensyn til produktets virkelige oprindelse. Selv om disse specifikke tilfælde sandsynligvis ikke er relevante i forbindelse med ikke-landbrugsprodukter, er det nødvendigt at slå fast, om ikke-landbrugsprodukters særlige karakteristika gør det berettiget at indføre andre undtagelser end dem, der er fastsat i TRIPS-aftalen.

Spørgsmål:

15. Synes du, at der er behov for at indføre andre undtagelser fra beskyttelse af geografiske betegnelser end dem, der allerede er fastsat i TRIPS-aftalen? Uddyb venligst dit svar.

[40] TRIPS-aftalens artikel 24, stk. 6: "Intet i dette afsnit forpligter et medlem til at anvende dets bestemmelser på et andet medlems geografiske betegnelse i henseende til varer eller tjenesteydelser, for hvilke den relevante betegnelse er identisk med det almindelige kutymemæssige navn på sådanne varer eller tjenesteydelser på det pågældende medlems område. (…)".

[41] TRIPS-aftalens artikel 24, stk. 5, fastsætter, at hvis der er ansøgt om et varemærke, eller det er registreret i god tro, eller hvis der er erhvervet rettigheder til et varemærke gennem anvendelse i god tro, før den geografiske betegnelse er beskyttet i oprindelseslandet; foranstaltninger vedtaget for at gennemføre bestemmelserne i TRIPS vedrørende geografiske betegnelser berører ikke retten til eller gyldigheden af registreringen af et varemærke eller retten til at anvende et varemærke på det grundlag, at et sådant varemærke er identisk med eller svarer til en geografisk betegnelse.

[42] TRIPS-aftalens artikel 23, stk. 3, fastsætter følgende: I forbindelse med enslydende geografiske betegnelser for vine skal der indrømmes beskyttelse til hver enkelt betegnelse med forbehold af bestemmelserne i artikel 22, stk. 4. Det enkelte medlem fastsætter de praktiske betingelser, på hvilke de pågældende enslydende betegnelser skelnes fra hinanden, idet der tages hensyn til behovet for at sikre lige behandling af de berørte producenter, og at forbrugerne ikke vildledes.

TRIPS-aftalens artikel 22, stk. 4, fastsætter følgende: Beskyttelsen i henhold til stk. 1, 2 og 3 finder anvendelse over for en geografisk betegnelse, der, selv om den i bogstavelig forstand er ægte, hvad angår området, regionen eller stedet, hvor varerne har oprindelse, urigtigt giver offentligheden indtryk af, at varerne har oprindelse i et andet område.

[43] F.eks. artikel 6, stk. 1, 4 og 3, i forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer.

[44] Artikel 6, stk. 2, i forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer.

2. Hvad bør beskyttelse af geografiske betegnelser anvendes på: en tværgående tilgang sammenlignet med en sektoriel tilgang?

En sektoriel tilgang vil fastlægge specifikke regler for forskellige kategorier af produkter, f.eks. produkter, for hvilke tilstedeværelsen af råvarer er særlig vigtig (f.eks. sten). Dette er den nuværende struktur på EU-plan på landbrugsområdet (hvor der findes særskilte forordninger for geografiske betegnelser for vin, spiritus, aromatiserede vine og landbrugsprodukter og fødevarer), men opdelingen er primært sket af historiske grunde. Alternativt vil en tværgående tilgang fastsætte kerneelementerne i systemet generelt, der skal finde anvendelse på alle produktkategorier.

Spørgsmål:

16. Synes du, at der er behov for at skelne mellem forskellige beskyttelsesordninger afhængig af, hvilke kategorier af ikke-landbrugsprodukter det drejer sig om (sektoriel tilgang)? I bekræftende fald, hvorfor?
17. Synes du, at nogle produkter bør udelukkes fra beskyttelse af geografiske betegnelser på EU-plan? Hvis ja, gør venligst rede for dem.

3. Tilknytningen mellem produkt og område

3.1 Hvor stærk bør tilknytningen til området være?

En geografisk betegnelse skal identificere et produkt som havende oprindelse i et bestemt område, i en bestemt region eller et bestemt sted, hvor en given kvalitet, et givent omdømme eller andet kendetegn ved varerne er et resultat af deres geografiske oprindelse. En geografisk betegnelse anvendes ved handel, når der skal etableres en forbindelse mellem produktets kvalitet, omdømme eller andre kendetegn og oprindelsesstedet. En særlig "årsagssammenhæng" mellem produktets kvalitet, omdømme eller andre kendetegn og den udpegede geografiske oprindelse er påkrævet, da disse kvaliteter afhænger af naturforholdene (de geologiske, hydrologiske og jordbunds- og klimamæssige karakteristika) på produktionsstedet og/eller de måder, på hvilke menneskeskabte samfund arbejder med dem (f.eks. knowhow udviklet af befolkningen i dette område/særlige færdigheder udviklet i årenes løb af lokale eksperter).

Den naturlige tilknytning kan have forskellige former. Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1151/2012 af 21. november 2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer[45] fastsætter f.eks. to typer mærkning for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter og fødevarer: den beskyttede geografiske betegnelse (BGB) og den beskyttede oprindelsesbetegnelse (BOB). Forskellen er baseret på, hvor stærk forbindelsen med det geografiske område er. For en BGB skal et af produktionstrinene, forarbejdningen eller behandlingen finde sted i det afgrænsede geografiske område, mens råvaren kan komme fra et andet område. For en BOB skal hele produktionsprocessen finde sted i det afgrænsede geografiske område, og råvarerne skal også komme fra dette område. Den naturlige tilknytning, der er baseret på det nøje definerede begreb *"terroir"*[46], er endnu

[45] EUT L 343 af 14.12.2012, s. 1.

[46] *Terroir* (vindyrkningsjorder) er et begreb inden for vinavl, som vedrører en vins egenskaber i forhold til de miljøforhold, under hvilke druerne dyrkes.

stærkere i vinsektoren, hvor alle produktionsstadierne for begge tegn for geografiske betegnelser skal finde sted i det geografiske område. I forbindelse med en BOB skal 100 % af druerne udelukkende have oprindelse i dette område, mens tallet er fastsat til 85 % eller derover for en BGB.

Denne tilknytning til et geografisk område kan også finde anvendelse på ikke-landbrugsprodukter. I visse tilfælde såsom marmor og sten kan denne tilknytnings styrke sammenlignes med tilknytningens styrke for landbrugsprodukter. De samme variabler som fastsat ovenfor finder anvendelse. Jo stærkere tilknytningen er, desto mere troværdigt og autentisk vil et produkt i princippet være i forbrugernes øjne. Visse geografiske betegnelser kan imidlertid til fulde være baseret på menneskelige og ikke naturlige ressourcer eller på omdømme. Det fremgår af undersøgelsen, at kun få ikke-landbrugsprodukter, der er identificeret som kandidater til beskyttelse af geografiske betegnelser, ville opfylde de strenge BOB-krav[47].

Spørgsmål:

18. Hvor stærk bør tilknytningen mellem ikke-landbrugsprodukter og deres oprindelsessted være, for at de kan komme i betragtning til beskyttelse af geografiske betegnelser i et eventuelt nyt system?
19. Bør et nyt system give mulighed for to typer tilknytning (den ene stærkere end den anden) mellem ikke-landbrugsprodukter og deres oprindelsesområde?
20. Bør der være forskelle i forhold til forskellige typer produkter? Uddyb venligst.

3.2 Kvalitet og varespecifikation

En geografisk betegnelse er primært en kvalitetsforpligtelse over for forbrugerne og en garanti for lige konkurrencevilkår for producenterne. I et system, der yder beskyttelse af geografiske betegnelser, er det derfor nødvendigt at fastsætte de specifikke centrale kendetegn for produktet og fremstillingsprocessen. I EU-lovgivningen om geografiske betegnelser for landbrugsprodukter skal producenterne give alle de tekniske oplysninger, der er nødvendige for at beskrive produktet, fremstillingsmetoden og det geografiske område, der vedrører produktet, når de ansøger om registrering. Varespecifikationen er en afgørende faktor for registrering af en geografisk betegnelse med henblik på beskyttelse.

Kravet om beskrivelse af produktets kendetegn sikrer en stabil produktkvalitet, men der kræves ikke et bestemt kvalitetsniveau. Dette kan kun opnås ved at kræve et minimumskvalitetsniveau. Det er imidlertid ikke sikkert, at fastsættelsen af et hensigtsmæssigt kvalitetsbenchmark fungerer for alle produkter, og fastsættelse af et bestemt kvalitetsniveau kræver, at der foretages et vist skøn.

Den merværdi, som geografiske betegnelser tilfører, er baseret på forbrugertillid. En ordning for geografiske betegnelser skal garantere over for forbrugeren, at geografiske betegnelsers særlige kendetegn, givne kvalitet eller omdømme bevares i hele beskyttelsesperioden. For at nå dette mål indførte det EU-dækkende system for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter adskillige krav om kontrol efter registrering for at sikre, at produkterne opfyldte varespecifikationerne, og at navnet blev anvendt korrekt på markedet. Denne kontrol

[47]Undersøgelsen, s. 298.

udføres normalt af en udpeget offentlig myndighed eller et udvalgt og certificeret privat organ. De særlige kendetegn og kvaliteten bør imidlertid ikke fastsættes på en alt for restriktiv måde. En alt for detaljeret beskrivelse kan bremse produktinnovationen, og selv om traditionelle produkter ikke ændrer sig særlig hyppigt, udvikler de sig for at afspejle udviklingen i processer og teknologi. Der bør være fokus på kvalitet, således at kreativitet kan indgå i et samspil med traditionel knowhow. Designeren Carlo Scarpa arbejdede f.eks. i 1940'erne tæt sammen med ledende glaspustere om nyskabende teknikker, som nu indgår fuldt ud i Vetro di Murano-(glas)traditionen.

Spørgsmål:

21. Vil et kvalitetsbenchmark give mening for ikke-landbrugsprodukter?
22. Hvordan kan et sådant benchmark defineres?
23. Er du enig i, at det vil være nødvendigt at kontrollere, om en geografisk betegnelses særlige kendetegn og oprindelse bevares i hele beskyttelsesperioden? Uddyb venligst.
24. Hvordan skal produktets særlige kendetegn efter din mening defineres for at sikre, at kvaliteten og den geografiske oprindelse opfylder de krævede standarder uden at begrænse innovationen?

3.3 Omdømme forbundet med produktet

Omdømme, der kan tilskrives geografisk oprindelse, kan anvendes som et kriterium ud over eller som et alternativ til en bestemt kvalitet eller iboende kendetegn for produktet. Dette vil gøre det muligt at udvide beskyttelsen af geografiske betegnelser udelukkende til produkter, som allerede har udviklet et anerkendt omdømme hos forbrugerne. Denne løsning vil imidlertid stille nye produkter eller produkter under udvikling dårligere, da de - pr. definition - ikke allerede har et omdømme.

Spørgsmål:

25. Bør "kvalitet, omdømme og andre kendetegn" være påkrævet for at opnå beskyttelse af en geografisk betegnelse for ikke-landbrugsprodukter? Hvis ikke alle, hvilke af disse elementer bør så efter din mening være påkrævet? Uddyb venligst dit valg.
26. Hvad bør en varespecifikation indeholde? Bør der fastsættes minimumskrav? (F.eks. vedrørende hyppighed, metode for udvælgelse af produkter og parter, der er involveret i de forskellige produktions- og distributionstadier.)

4. Hvordan kan beskyttelsen styrkes?

4.1 Harmonisering af nationale love

Harmonisering af national lovgivning om geografiske betegnelser vil betyde, at det er nødvendigt at oprette et system for beskyttelse af geografiske betegnelser i nogle medlemsstater, som på nuværende tidspunkt ikke har et sådant system. For at geografiske betegnelser kan beskyttes effektivt, skal en bestemt betegnelse beskyttes i hele det indre marked, da forbrugerne ellers risikerer at blive forvirret over identiske geografiske betegnelser for forskellige produkter fra forskellige medlemsstater.

På dette grundlag vil harmonisering kræve gensidig anerkendelse og beskyttelse af geografiske betegnelser for at udelukke overlapning. For at undgå overlapning skal medlemsstaterne kunne opdage eventuelle sammenfald mellem geografiske betegnelser, herunder på fremmedsprog. Dette vil være vanskeligt, særlig hvis der ikke findes en indsigelsesprocedure på overnationalt plan. Det vil også være nødvendigt at indføre en mekanisme til løsning af sammenfald mellem ens betegnelser fra forskellige medlemsstater.

Med henblik på at sikre en ensartet tilgang til gennemførelse og håndhævelse af beskyttelse af geografiske betegnelser vil det være nødvendigt med en relativt høj grad af proceduremæssig harmonisering, herunder håndhævelsesbestemmelser. Denne løsningsmodel er blevet overvejet, men blev forkastet på landbrugspolitikområdet, hvor beskyttelse af geografiske betegnelser udelukkende på EU-plan er indført gennem forordninger.

4.2 Oprettelse af et fælles EU-dækkende system

I stedet for at harmonisere EU-medlemsstaternes nationale love kan der oprettes et fælles EU-dækkende system. Det vil skabe et sammenhængende system i hele det indre marked og betyde mere effektiv levering af tjenesteydelsen gennem kvikskranker og derved skabe beskyttelse, der gælder i hele EU.

Hvis dette system indføres, er spørgsmålet, om de eksisterende nationale systemer, der beskytter geografiske betegnelser, skal eksistere sideløbende med det nye system på EU-plan. Der findes allerede sideløbende systemer som disse, f.eks. på varemærkeområdet, og de vil eksistere i fremtiden på patentområdet. De anvender en værktøjskassetilgang, som giver brugerne mulighed for at vælge det relevante beskyttelsesniveau og beskyttelsens omfang i overensstemmelse med deres behov.

Et eksklusivt EU-system vil være mere simpelt, men det betyder også, at beskyttelsen af navne, som kun er kommercielt relevante i en enkelt medlemsstat eller en region i en medlemsstat, alligevel også skal udvides til at omfatte alle andre medlemsstater.

Hvis der anvendes sideløbende systemer, er der brug for forskellige forholdsregler for at sikre, at de fungerer gnidningsfrit, herunder en minimumsharmonisering af nationale love i forbindelse med deres samspil med EU-lovgivning.

Potentielle gnidninger kunne undgås, hvis der bliver indført et eksklusivt og udtømmende system på EU-plan svarende til det nuværende system inden for landbrugssektoren. Da der ikke vil blive ydet EU-dækkende beskyttelse på nationalt plan, skal der indføres overgangsordninger for allerede eksisterende nationale geografiske betegnelser.

Spørgsmål:

27. Vil harmonisering af national lovgivning være tilstrækkelig til at beskytte geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i hele det indre marked effektivt, eller mener du, at der er behov for et fælles beskyttelsessystem på EU-plan?
28. Hvis du går ind for et fælles EU-system, skal de nationale beskyttelsessystemer (f.eks. de nuværende nationale sui generis-love) så fortsat eksistere sideløbende? Uddyb venligst.

5. Registrering

Geografiske betegnelser kan i princippet beskyttes uden registrering. Uden registrering er det ikke nødvendigt at tilrettelægge administrative procedurer for at yde beskyttelse. Der findes systemer, som beskytter geografiske betegnelser uden registrering, i én medlemsstat (Letland) og også i Schweiz, hvor loven fastsætter særlige foranstaltninger og sanktioner for at beskytte forbrugerne mod vildledende anvendelse af geografiske betegnelser, der ikke er registreret.

Hvis der ikke findes et registreringssystem, betyder det, at der heller ikke er et offentligt register, som man kan søge i for at finde allerede eksisterende navne på geografiske betegnelser og identificere de pågældende ejere. Dette kan føre til usikkerhed vedrørende beskyttelsens eksistens eller omfang. Dette vil også gøre det vanskeligere at håndhæve den ydede beskyttelse. En registreringsprocedure på EU-plan kan følge eksemplet med systemer for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter (for hvilke der allerede findes et registreringssystem på EU-plan). Dette vil give større sikkerhed, særlig med hensyn til gennemførelsesrettigheder i tilfælde af en tvist. Et system med en registreringsprocedure kræver selvfølgelig, at virksomhederne udfører administrative opgaver (indgivelse af en ansøgning, indsigelser, eventuelle gebyrer osv.), der er forbundet med denne procedure. Det vil medføre en række administrative omkostninger. Der vil også opstå yderligere omkostninger i forbindelse med den efterfølgende forvaltning (f.eks. håndhævelse og retstvister) af den bevilgede geografiske betegnelse.

5.1 De nationale administrative myndigheders rolle i et EU-registreringssystem

Hvis der bliver enighed om et registreringssystem, rejser det spørgsmålet om etablering af en registreringsprocedure. Ansøgninger om registrering af en geografisk betegnelse skal analyseres i forhold til den relevante lokale sammenhæng (bl.a. viden om lokale råvarers særlige egenskaber, lokale traditioner osv.). Det kan være vanskeligt at overlade disse opgaver udelukkende til et fælles centralt EU-organ. Hvis det imidlertid blev overladt til lokale eksperter at beslutte, hvordan betingelserne for ydelse af beskyttelse skal undersøges, risikerer man, at der udvikles forskellige lokale praksisser. Dette kan skade systemets generelle sammenhæng og troværdighed.

Dette problem blev for landbrugsprodukter løst ved hjælp af et totrinssystem, hvor den centrale myndighed overdrager dette aspekt af analysen til de nationale myndigheder, som er tættest på det pågældende geografiske miljø og de menneskelige faktorer. I denne model vil der blive skelnet klart mellem fælles EU-dækkende kriterier, der skal kontrolleres af den centrale myndighed, og særlige lokale forhold, som flere lokale organer skal kontrollere.

5.2 Forvaltning af et EU-register

Et EU-dækkende register over geografiske betegnelser for landbrugsprodukter forvaltes på nuværende tidspunkt af Kommissionen. Et sådant register for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter kunne forvaltes på samme måde eller uddelegeres til et nyt eller eksisterende EU-agentur.

Spørgsmål:

29. Hvis der skal udvikles et nyt system, mener du så, at det skal indeholde en registreringsprocedure for at beskytte en geografisk betegnelse for et ikke-landbrugsprodukt?
30. Tror du, at de potentielle omkostninger ved et system for registrering af geografiske betegnelser er større end omkostningerne ved et system uden registrering?
31. Mener du, at registreringsproceduren skal omfatte et nationalt element, f.eks. kontrol af overensstemmelsen med varespecifikationerne, det afgrænsede geografiske område, kvaliteten, omdømmet osv.?

5.3 Procedurens indhold

5.3.1 Ansøgere

Hvis der skal indføres en procedure for registrering af geografiske betegnelser på EU-plan, skal man først slå fast, hvem der skal have ret til at ansøge om beskyttelse.

I det nuværende EU-system for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter kan typisk en gruppe producenter (eller undtagelsesvis en enkelt producent) indgive en ansøgning om registrering af et navn på en geografisk betegnelse, som vedrører områder i eller uden for EU. Der er intet, der berettiger en anderledes tilgang for ikke-landbrugsprodukter.

Resultaterne af undersøgelsen understreger imidlertid, at handelskamre, lokalsamfund, statslige organer eller forbrugerorganisationer i nogle medlemsstater kan ansøge om beskyttelse af geografiske betegnelser[48]. Hvis forbrugerorganisationer og statslige organer får mulighed for at ansøge om beskyttelse af geografiske betegnelser, kan det styrke varespecifikationernes kvalitetsaspekt. Producenterne skal imidlertid fortsat være direkte involveret i fastsættelsen af de regler, som skal anvendes på deres produktionsproces[49].

Spørgsmål:

32. Skal producenterne og deres sammenslutninger være de eneste, der har ret til at ansøge om registrering af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, hvis der oprettes et nyt system, eller skal andre organer have mulighed for at ansøge? Hvis ja, hvilke?
33. Skal individuelle producenter have mulighed for at ansøge?

[48] Undersøgelsen, s. 302.
[49] Ibid, s. 303.

5.3.2 Indsigelse mod registreringen af en geografisk betegnelse

Det er af hensyn til et systems troværdighed og retssikkerhed vigtigt at give de interesserede parter mulighed for at rejse indsigelse mod registreringen af et mærke som en geografisk betegnelse. Indsigelsesproceduren vil først og fremmest kunne have til formål at sikre, at mærket for den geografiske betegnelse opfylder de krævede betingelser (f.eks. at det ikke er en artsbetegnelse), og at den beskyttelse, der skal ydes, ikke bringer allerede eksisterende rettigheder i fare (f.eks. enslydende geografiske betegnelser og varemærker). EU's landbrugslovgivning tillader på nuværende tidspunkt indsigelser fra myndighederne i en medlemsstat eller i et tredjeland eller fysiske eller juridiske personer med en legitim interesse, som er etableret i et tredjeland, eller som er etableret eller har bopæl i en anden medlemsstat end den medlemsstat, hvorfra ansøgningen er indgivet[50].

Spørgsmål:

34. Hvis der skal oprettes et nyt system, mener du så, at det skal indeholde en indsigelsesprocedure, og at det skal være åbent for den samme type interesserede parter som i henhold til reglerne for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter?

5.3.3 Gebyrer

Der kræves over hele verden normalt et gebyr for registrering af varemærker og patenter, og som nævnt i undersøgelsen kræver ni nationale myndigheder gebyrer for registrering af geografiske betegnelser[51]. Gebyrer kan bidrage til at dække udgifterne til forvaltning af registreringen af geografiske betegnelser, og de bidrager til at begrænse anmodningerne om registrering til seriøse og solide forretningsprojekter. På den anden side kan gebyrer især afholde små producentgrupper fra at bruge systemet. Det er for øjeblikket gratis at registrere geografiske betegnelser på EU-plan i landbrugssektoren[52].

Spørgsmål:

35. Bør der i forbindelse med beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter på EU-plan ved registrering kræves betaling af et gebyr?
36. Hvilket niveau for et registreringsgebyr ville efter din mening være rimeligt?

6. Beskyttelsens omfang

6.1 Det ydede beskyttelsesniveau

Den ydede retsbeskyttelse skal for at opnå de tilsigtede resultater give hensigtsmæssig beskyttelse mod en lang række former for adfærd og praksis, som kan være skadelige for indehaveren af den geografiske betegnelse og forbrugeren. En sådan beskyttelse må imidlertid ikke udgøre en uberettiget hindring for konkurrencen i det indre marked.

[50] Artikel 51, stk. 1, i forordning (EU) nr. 1151/2012 om kvalitetsordninger for landbrugsprodukter og fødevarer.

[51] Se bilag I til undersøgelsen.

[52] Medlemsstaterne kan i forbindelse med landbrugsprodukter og fødevarer kræve et gebyr til dækning af deres udgifter til forvaltning af systemet på deres niveau (artikel 47 i forordning (EU) nr. 1151/2012).

TRIPS-aftalen fastsætter to typer beskyttelse: en generel ordning, som fastsætter minimumsstandarder for beskyttelse af alle typer produkter (artikel 22), og en særlig ordning, som fastsætter et højere beskyttelsesniveau udelukkende for vin og spiritus (artikel 23).

TRIPS-aftalens artikel 22 indeholder en generel forpligtelse for medlemmerne af WTO til at sikre beskyttelse mod vildledende anvendelse af en geografisk betegnelse og mod anvendelse, der udgør illoyal konkurrence. EU har allerede ydet et meget højere beskyttelsesniveau for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter. Derfor kan det være vanskeligt at berettige en anderledes behandling af ikke-landbrugsprodukter, hvis der skal udvikles et nyt system. Det kunne også have en negativ virkning på EU-strategien, der skal sikre højere beskyttelsesniveauer for geografiske EU-betegnelser i tredjelande.

TRIPS-aftalens artikel 23 fastsætter imidlertid et meget højere beskyttelsesniveau, som betyder, at medlemmerne af WTO skal forhindre enhver brug af en geografisk betegnelse til at identificere vin eller spiritus, som ikke har oprindelse det sted, der er anført i den geografiske betegnelse, selv om varernes virkelige oprindelse også er anført, eller den geografiske betegnelse bruges i oversættelse eller ledsages af udtryk som f.eks. "art", "type", "stil" eller "efterligning". Geografiske betegnelser for vin og spiritus skal beskyttes, selv om misbrug ikke ville betyde, at forbrugerne bliver vildledt.

En sådan øget beskyttelse vil give producenter af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter betydelige fordele. De kan også nyde godt af beskyttelse, der ydes til navnet brugt i oversættelse på alle officielle EU-sprog, eller som ledsages af udtryk som f.eks. "type" og "art". Risikoen for tvister mellem producenter ville imidlertid stige, da der kan opstå konflikter ikke blot vedrørende anvendelsen af et navn for en geografisk betegnelse, men også vedrørende brugen af det i oversættelse og i visse udtryk.

Spørgsmål:

37. Hvilket omfang bør beskyttelsen have for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter i EU?
38. Bør den beskyttelse, der ydes til geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, svare til de allerede eksisterende forholdsregler for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter på EU-plan? I bekræftende fald, i hvor høj grad?

6.2 Overvågning og håndhævelse af rettigheder til geografiske betegnelser

Geografiske betegnelser er særlige intellektuelle ejendomsrettigheder i kraft af deres juridiske karakter, dvs. at de ikke primært er individuel privat ejendom, men at de tilhører en kreds af producenter, som opfylder en række på forhånd fastsatte varespecifikationer og har en tilknytning til et geografisk område. De kan også udtrykke visse værdier, som er vigtige for hele lokalsamfundet, f.eks. lokale traditioner og kulturarv. Derfor hjælper offentlige myndigheder ofte lokale producenter af produkter med geografiske betegnelser med at overvåge og håndhæve deres rettigheder. EU har f.eks. indført ex officio-beskyttelse af geografiske betegnelser for landbrugsprodukter, hvor offentlige myndigheder er ansvarlige for at oprette et system for at kontrollere opfyldelsen af de retlige krav og sikre, at systemet fungerer gnidningsfrit. Hvis der indføres et system som dette for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, vil det imidlertid påføre de offentlige myndigheder yderligere forpligtelser og udgifter.

Spørgsmål:

39. Foretrækker du et system til overvågning og håndhævelse af rettigheder til geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, som er udelukkende privat, offentligt eller en kombination af offentlig og privat? Uddyb venligst, idet der om muligt tages højde for effektiviteten af og udgifterne til foranstaltninger til håndhævelse af rettigheder.

6.3 Varigheden af beskyttelsen af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter

For nogle intellektuelle ejendomsrettigheder, f.eks. patenter og design, vil det ikke være til gavn for samfundet at bevare et monopol i en meget lang periode. Derfor har deres retsbeskyttelse begrænset varighed. Dette synes ikke at være tilfældet for varemærker og geografiske betegnelser, som beskytter visse navne. Et registreret EF-varemærke er f.eks. gyldigt i 10 år fra den dato, hvor ansøgningen blev indgivet, og det kan fornys ubegrænset for yderligere perioder på 10 år. En ensartet geografisk betegnelse for landbrugsprodukter - hvor begrundelsen er at bevare regional/lokal arv, traditioner og knowhow - beskyttes på ubestemt tid uden krav om fornyelse. De fleste medlemsstater, som har oprettet et sui generis-system for at beskytte geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, yder også beskyttelse på ubestemt tid, uden at det er nødvendigt at forny dem.

Spørgsmål:

40. Skal beskyttelse af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter efter din mening have ubegrænset varighed, eller skal den være begrænset med mulighed for fornyelse? Hvis du mener, at varigheden skal være begrænset, hvor lang skal den så være?

7. Efter registrering

7.1 Annullering af beskyttelsen

Der kan være omstændigheder, hvor den ydede beskyttelse bør ophøre, selv om beskyttelsen af den geografiske betegnelse er ydet for en ubegrænset periode, eller hvis den foreskrevne tidsgrænse endnu ikke er udløbet. Dette kan være tilfældet ligesom i forbindelse med geografiske betegnelser for landbrugsprodukter, hvis produkterne ikke opfylder de betingelser, som er fastsat i den pågældende varespecifikation, eller der ikke er markedsført et produkt med den pågældende geografiske betegnelse i en anselig periode[53]. En annulleringsprocedure kunne administreres af det organ, der står for registreringen, eller direkte af en domstol. Denne procedure vil give et ekstra kontrolniveau og bidrage til det potentielle systems generelle troværdighed. Det kan imidlertid skabe usikkerhed for rettighedshaverne og påføre det organ, der er ansvarlig for proceduren, yderligere udgifter.

[53] Artikel 54 i forordning (EU) nr. 1151/2012.

Spørgsmål:

41. Er du enig i, at der bør være mulighed for at annullere en geografisk betegnelse efter registrering?
42. Hvem bør have ret til at ansøge om annullering af den geografiske betegnelse?
43. Hvis der skal oprettes et nyt system, bør der så efter din mening indføres en annulleringsprocedure med de samme vilkår og betingelser som for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter?

7.2 Potentielle konflikter mellem geografiske betegnelser og varemærker

Det er nødvendigt at definere en klar forbindelse mellem et potentielt system for geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter og varemærkelovgivning for at undgå retlig usikkerhed og forvirring i forbindelse med sammenfaldende navne.

Det generelle princip for lovgivning om intellektuel ejendomsret, som finder anvendelse på varemærker, design, patenter osv., er, at en ældre rettighed har forrang (dvs. princippet om "first in time, first in right"). Hvis man anvender dette princip på forbindelsen mellem varemærker og geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter, kan det bidrage til at forenkle hele systemet.

Det ensartede system for geografiske betegnelser for landbrugsprodukter indeholder specifikke bestemmelser om forbindelsen mellem geografiske betegnelser og varemærker. Det drejer sig om følgende:

a) Et allerede eksisterende varemærkes omdømme kan forhindre registrering af en geografisk betegnelse, hvis registreringen af den geografiske betegnelse vil kunne vildlede forbrugerne med hensyn til produktets virkelige identitet.

b) Et varemærke, som ikke hører under denne situation, og som der i god tro er indgivet ansøgning om, som er registreret, eller som har vundet hævd før datoen for indgivelsen af ansøgningen om registrering af en geografisk betegnelse på EU-plan, kan anvendes sideløbende med den registrerede geografiske betegnelse.

c) Registrering af en geografisk betegnelse bør forhindre registrering af et varemærke, som der er indgivet ansøgning om efter den geografiske betegnelse, hvis dette er i strid med den beskyttelse, der er ydet til den geografiske betegnelse. I dette tilfælde bør de nationale eller europæiske varemærkekontorer afvise ex officio at registrere varemærket.

For at sikre klarhed og sammenhæng på EU-plan bør de samme regler finde anvendelse på beskyttelsen af geografiske betegnelser for ikke-landbrugsprodukter.

Spørgsmål:

44. Mener du, at geografiske betegnelser og varemærker bør være omfattet af princippet om "first in time, first in right" (dvs. at en ældre rettighed altid har forrang)?
45. Bør geografiske betegnelser under visse omstændigheder have forrang frem for varemærker? Uddyb venligst.

Konklusion

Alle interesserede parter opfordres til at fremsætte bemærkninger til de emner, der behandles i denne grønbog, ved at besvare de anførte spørgsmål. Svarene sendes pr. e-mail til følgende adresse og skal være Kommissionen i hænde senest den 28. oktober 2014: MARKT-CONSULTATION-GIs@ec.europa.eu.

De modtagne svar bliver offentliggjort på webstedet for GD for det Indre Marked og Tjenesteydelser, medmindre der anmodes om, at de ikke skal offentliggøres. Du opfordres til at læse den særlige erklæring om databeskyttelse, der er vedlagt dette høringsoplæg, og som forklarer, hvordan dine personoplysninger og svar vil blive behandlet.