

Kvalitetsbeteckningar (Geographical indications (GIs))

Ursprung, Kvalitet, Kultur, Tradition, Anseende

Marianne Levin

Professor, jur. dr, fil. dr *h.c.* ordf. SFIR

Definition; WIPO

A GI is a sign used on products that have a specific geographical origin and possess qualities or a reputation that are due to that origin. In order to function as a GI, a sign must identify a product as originating in a given place.

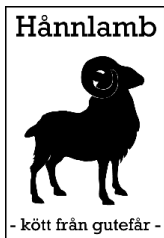
Varför geografiska beteckningar är viktiga

- I en global värld spelar antagligen regioner en större roll än nationer...
- Det är lättare att identifiera sig med ett precist närområde ...
- Traditionellt finns det starka ekonomiska intressen knutna till (vissa) geografiska beteckningar.
- Det inspirerar ... och skapar konflikter...
- Som att det munken Dom Perignon gjorde på 1500-talet ger en exklusiv ställning 500 år senare...

En liten historia

- Förhållandevis nytt område, om man bortser från legenden om Rochefort-sur-Soulzon som ledde till att den franske kungen Charles VI år 1411 utfärdade en exklusiv ensamrätt för Rochefort
- Finns i Pariskonventionen sedan år 1925 (Haag) “indication of source” och “appellation of origin”
- ”Rochefort” blev den första AOC (Appellation d’Origine Contrôlée, AOC) in Frankrike år 1925
- Även om den franske kungen Clovis kanske döptes i Champagne i Reims år 496, så var det drottning Victoria som gjorde Champagne (och Reims) till vad det är idag. (AOC dock först 1936)

Svenska skyddade beteckningar



Kalix löjrom
Hånnlamm
Upplandskubb

Svensk Aquavit
Svensk Punsch
Skånsk spettekaka
Svecia ost
Bruna börnor från Öland
Men fler är på gång...

Hushållsost
Falukorv



Global reglering

- Pariskonventionen (1883) – industriellt rättsskydd
- Madridarrangemanget (1891) – falska ursprungsangivelser
- Stresa överenskommelsen (1951) ostbeteckningar
- Lissabonöverenskommelsen (1958) – ett registreringssystem (WIPO)
- **TRIPs-avtalet** (1994) – om handelsrelaterade immaterialrätter, art. 22 ff.
- Regionala arrangemang, t.ex. **förordning (EU) nr 1151/2012** om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel , samt för vin och sprit främst rådets förordningar (EG) nr 479/2008 om den gemensamma organisationen av marknaden för vin m.m. och 110/2008 om bl.a. definition, och skydd av geografiska beteckningar för spritdrycker, m.m., samt förordning EU nr 1308/2013 om upprättande av en samlad marknadsordning för jordbruksprodukter

Intresse för ursprungsbeteckningar i EU

En stark kulturell förankring och möjliga ekonomiska lyft som i den berörda regionen. Man behöver bara tänka på Champagne.

Från praxis märks bl.a.:

- EUD den 25.6.2002 i mål C-66/00 *Bigi*, som belyser vikten av produktspecifikationen,
- EUD den 20.5.2003 i mål C-108/01 *Prosciutto di Parma* om att även t.ex. skivningen måste ske i regionen för PDO/SUB.
- EUD den 26.2.2008 i mål C-132/05 *Kommissionen mot Tyskland* om skyddet för Parmesan som inte kan användas generiskt

Se också avgörandena om **fetaost** i de förenade målen C-465/02–466/02 *Feta II*, där domstolen ändrade sitt beslut i de förenade målen C-289/96, C-293/96 och 299/96 *Feta I* om att feta var generiskt.

Det intresset följs också upp i nationellt

- I 2 kap. 7 § punkt 5–7 VML utgör kvalitetsbeteckningar / geografiska beteckningar absoluta hinder mot varumärkesregistrering.

= **kontroll ex officio av PRV** och en rätt för varje berättigad person att invända mot en senare ansökan om registrering av ett varumärke i konflikt med en skyddad geografisk ursprungsbeteckning eller geografisk beteckning eller en växtsort.

- Särskild lag (2018:1654) om lag om skydd för beteckningar på jordbruksprodukter och livsmedel.

Syftar till att göra sanktionsbestämmelserna i 8, 9 och 10 kap. VML tillämpliga på på brott mot EU:s skydd för kvalitets-beteckningar också i handelsavtal.

Till den svenska bakgrunden hör främst regler i MFL och viss praxis, bl.a.



MD 2003:3 Moraknäcke

Marknadsföringen av Morabröd ansågs vilseleda om geografiskt ursprung, eftersom produkterna varken tillverkades eller hade ursprung i Mora, Dalarna.



MD 1983:23

St. Louis Light

Förpackningen förbjöds. Namnet tillsammans med färgdekorationerna inkl. den amerikanska örnen ansågs vilseleda om det geografiska ursprunget av ett svenskproducerat öl.

MD 2002:20 (Arla)

Marknadsföringen av en yoghurt med namn "Champagnesmak" ansågs syfta på fransk Champagne och associera till champagneproducenternas och deras etablerade varumärke, Champagne.

Marknadsföringen bedömdes som renommésnyltning, vilseledande och otillbörlig enligt 4 och 6 §§ MFL (1995).



Champagne är alltid i ropet.
MD 2002:20 (Arla) kan jämföras med EUD i mål
C-393/16 Champagner Sorbet



Att få kalla en glass *Champagner Sorbet*... Mål C-393/16

- ... kräver enligt art. 118 förordning 1234/07 om upprättande av en samlad marknadsordning för jordbruksprodukter (numera förordning 1308/13) att produkten som väsentlig egenskap har en smak som i huvudsak uppkommit genom andelen champagne i dess sammansättning.
- Bestämmelsens omfattar även en situation där en skyddad ursprungsbeteckning, såsom "Champagne", används som **del av det namn** ett livsmedel säljs under, exv. "Champagner Sorbet", som inte motsvarar specifikationen men som innehåller en ingrediens som motsvarar denna.
- Användningen av en skyddad ursprungsbeteckning som del av försäljningsnamnet för ett livsmedel som inte motsvarar produktspecifikationen för detta livsmedel som "Champagne Sorbet", kan utgöra ett otillbörligt utnyttjande av anseende.

Som sagt, Champagne är och har alltid varit ett attraktivt och känsligt kapitel...

Se cour d'appel de Paris 1993
YSL parfym Champagne förbjöds

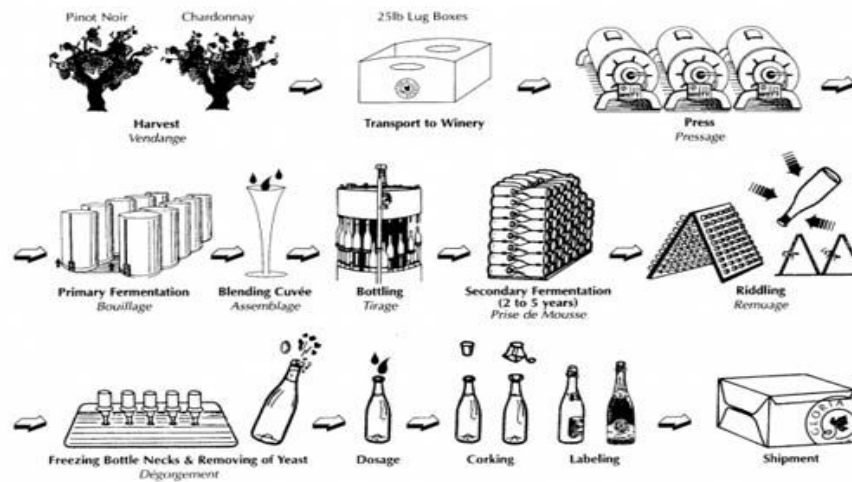


Son nom a été interdit,
les femmes sauront l'appeler.
Yves Saint Laurent



EUD 13.12.1994 mål C-306/93 "Method champenoise"

Förbud mot användning av beteckningen/
beskrivningen för annat än just Champagne.



Beträffande sprit – se bl.a.

EUD i mål C-136/96 (Whisky) om en spritdryck som innehåller whisky fick åberopa beteckningen.

EUD i de förenade målen C-4/10 och C-27/10 *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* :

Gust. Ranin Oy, ansökte om registrering av två figurmärken i form av en flasketikett:

HIENOA KONJAKKIA” för cognac och KAHVI-KONJAKKI för likör. De ogiltigförklarades. ”Cognac” även i översättning, får bara beteckna den äkta varan och någon anspelad användning är inte heller tillåten.



... samt inte minst EUD den 7.6.2018 i mål C-44/17
(Glen Buchenbach):

Whisky från Schwaben
Vilseldande tyckte Hamburgdom- domstolen den
7.2.2019



Varumärken och geografiska beteckningar

Den huvudsakliga funktionen hos

- ett varumärke:

- att ange och särskilja kommersiellt ursprung hos ett företags produkter från ett annat (samma eller liknande produkter)
- Får inte vara deskriptivt
- Kan överlåtas fritt av innehavaren.

Den huvudsakliga funktionen hos en geografisk:

- en kvalitetsbeteckning:

- beskriver ursprunget hos en grupp producenter
- Kan inte överlåtas fritt; en ny användare måste ha “det rätta ursprunget”.

Varumärken och geografiska beteckningar
De förenade målen C-107 och C-108/97 Windsurfing
Chiemsee

- Har ett geografiskt namn genom inarbetning kommit att uppfattas som ett *kommersiellt ursprung* av konsumenterna, så kan det skyddas som varumärke till följd av bruk.
- I ett sådant fall bör det geografiska namnet även kunna användas av andra företag som har ett lojalt intresse att kunna uttrycka sin hemvist.

TRIPs-avtalet (1994)

Enligt art. 22 ff. ska medlemmar upprätthålla ett skydd:

- För allmänheten mot vilseledande och otillbörliga geografiska beteckningar
- Dessutom ska beteckningar på vin och sprit ha ett särskilt starkt skydd, dvs. ett skydd mot degeneration.

Art. 22.1 TRIPS

Definition för TRIPs-avtalet:

"Geographical indications are ...indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin." (betoning tillagd)

Art. 22.2 TRIPS

Medlemmarnas åtaganden avser falska och vilseledande beteckningar

In respect of geographical indications, Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:

(a) the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good;

(b) any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Article 10*bis* of the Paris Convention (1967).

Art. 23.1 TRIPs

- Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as "kind", "type", "style", "imitation" or the like.
- Det är således även förbjudet att använda skyddade beteckningar med tillägg som sort ("kind"), typ ("type"), stil ("style"), kopia ("imitation") osv.

Tre skyddsnivåer för geografiska ursprungsbeteckningar och ursprungskännetecken

|

I ILLOJAL KONKURRENS

Art. 22.2 i TRIPs-avtalet: “...Members shall provide the legal means for interested parties to prevent:

(a) ...that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good;

(b) any use which constitutes an act of unfair competition within the meaning of Art. 10*bis* ...”

- Jfr 66 § MFL.

II ENSAMRÄTT

Se art. 2 i Lissabonöverenskommelsen (och art. 5 EU:s kvalitetsförordning om SUB och SGB):

- (1) “In this Agreement, 'appellation of origin' means the geographical name of a country, region, or locality, which serves to designate a product originating therein, the quality and characteristics of which are due exclusively or essentially to the geographical environment, including natural and human factors.
- (2) The country of origin is the country whose name, ... has given the product its reputation.”

“Roquefort”

III SKYDD ÄVEN MOT DEGENERATION vin- och sprit

- Se Art. 23.1 TRIPs-avtalet:
 - Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as "kind", "type", "style", "imitation" or the like.

Art. 23.2 TRIPS:

“Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a geographical indication identifying wines for wines not originating in the place indicated by the geographical indication in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the geographical indication in question, even where the true origin of the goods is indicated or the geographical indication is used in translation or accompanied by expressions such as "kind", "type", "style", "imitation" or the like.”

Exempel: "Cognac"

Tre huvudsakliga undantag enligt TRIP-avtalet

- Continued and similar use of geographical indications for wines and spirits (Art. 24.4)
- Prior good faith trademark rights (Art. 24.5)
- Generic designations (Art. 24.6)
 - Does American-produced Champagne, Chablis and Burgundy fall under this exception? Or Danish Feta cheese, cf. ECJ C-289/96, C-293/96 and C-299/96.
 - Are semi-generics permissible use under Arts. 24.4 or 24.6?, e.g. US registered Champagne with 'the correct place of origin directly con-joined to the name'.

Andra undantag

- Homonymer för vin*, se art. 23.3, som tillåter parallellt skydd – under förutsättning att konsumenter inte riskerar att bli vilseledda.
- TRIPsavtalet kräver inte skydd för sådan geografiska beteckningar som inte har skydd eller har upphört att vara skyddadeto be, protected in their country or origin (art. 23.9, “the Grandfather Clause”)

* T.ex. *Rioja finns i både Spanien och Argentina, Champagne i både Frankrike och Schweiz.*

Sammanfattning av TRIPs-avtalets reglering

- Art. 22.1 TRIPs identifierar och skyddar produkter med visst anseende som huvudsakligen beror av deras geografiska ursprung identifierar.
- Art. 22.2 får anses ha gjort Madridarrangemanget obsolet med avseende på skydd mot vilseledande och otillbörligt geografiskt ursprung.
Begränsning: Beteckningen får inte ha blivit generisk och får inte vilseleda om det geografiska ursprunget, exempel Bermuda shorts
- I art. 23 TRIPs finns bestämmelser som även skyddar beteckningar mot degeneration.

EU-systemet startade 1992

Idag:

Förordning EU nr 1151/2012 om kvalitetsbeteckningar på jordbruksprodukter och livsmedel

Vinodlingsprodukter regleras särskilt, se främst förordning (EU) nr 1308/2013 om en samlad marknadsordning för jordbruksprodukter med regler om: ursprungs-beteckningar, geografiska beteckningar och traditionella uttryck, (art. 92–113), märkning och presentation, (art. 117–12), definitioner och alkoholhalter (bil. II del IV och VII), kategorier av vinprodukter (bil. VII del II), berikning, syring och avsyning i vissa vinodlingszoner (bil. VIII del I), begränsningar (bil. VIII, del II) och vinodlingszoner (tillägg I till bil. VII).

Kvalitetsförordningens syfte

Hjälpa producenter av produkter som har samband med ett geografiskt område genom att

- a) trygga rimlig avkastning med hänsyn till produktkvaliteten,
- b) säkerställa enhetligt skydd för namn som en immateriell rättighet på unionens territorium,
- c) ge konsumenterna tydlig information om produkternas mervärdesskapande kvaliteter.

Art. 5.1 “Skyddad ursprungsbeteckning” (SUB)



Ett namn som identifierar en produkt

- a) som härstammar från en viss ort eller region eller, i undantagsfall, ett visst land,
- b) vars kvalitet eller egenskaper helt eller väsentligen beror på en viss geografisk omgivning med de naturliga och mänskliga faktorer som förknippas med den, och
- c) vars samtliga produktionsled äger rum i det avgränsade geografiska området.

T.ex. Hånnlamb, Parmaskinka. Parmesanost

Art. 5.2 “Skyddad geografisk beteckning” (SBG)



Ett namn som identifierar en produkt

- a) som härstammar från en viss ort eller region eller ett visst land,
- b) vars särskilda kvalitet, rykte eller andra egenskaper huvudsakligen kan tillskrivas det geografiska ursprunget, och
- c) för vilken minst ett av produktionsleden äger rum i det avgränsade geografiska området.

T.ex. ”Svecia”, “Skånsk spettekaka”

Art. 5.3 i (EU) 1151/2012 tillåter även visst SUB-skydd för traditionella benämningar för produkter från en vidare region än de normalt snäva kraven, om:

- det område där råvaran produceras är avgränsat,
- särskilda villkor gäller för framställningen av råvarorna,
- det finns kontrollsystem för att säkerställa att de villkor som avses i led b efterlevs, och
- de aktuella ursprungsbeteckningarna var erkända som ursprungsbeteckningar i ursprungslandet före den 1 maj 2004.
- Endast levande djur, kött och mjölk får anses utgöra råvaror i den mening som avses i denna punkt.

T.ex. *“Pane di Altamura”*

Viktiga avgränsningar:

- Avgränsningar av genetisk natur, växtnamn och benämningar på djurvariationer/raser and homonymer, se art. 6
- Stränga krav på produkt specifikation, se art. 7
- Se om andra krav på ansökan, art. 8.
- Grunder för att opponera, se art. 10.
- Se om register, art. 11
- Namn och symboler, art. 12

SKYDDET, se art. 13

a) Varje direkt eller indirekt kommersiellt bruk av ett registrerat namn för produkter som inte omfattas av registreringen om produkterna är jämförbara med de produkter som har registrerats under namnet i fråga eller om användningen av det skyddade namnet innebär att produktens anseende exploateras, även när produkterna i fråga används som ingredienser.

b) Varje missbruk, imitation eller anspelning, även när produkternas eller tjänsternas verkliga ursprung anges eller det skyddade namnet har översatts eller åtföljs av uttryck som "stil", "typ", "metod", "sådan som tillverkas i", "imitation", eller liknande, även när produkterna i fråga används som ingredienser.

...

c) Alla andra osanna eller vilseledande uppgifter om ursprung, härkomst, beskaffenhet eller väsentliga egenskaper hos produkten som anges på den inre eller yttre förpackningen, i reklammaterial eller handlingar gällande produkten i fråga, liksom paketering av produkten i en behållare som är ägnad att inge en oriktig föreställning om produktens verkliga ursprung.

d) Alla andra förfaranden som kan vilseleda konsumenten om produktens verkliga ursprung.

När det i en skyddad ursprungsbeteckning eller en skyddad geografisk beteckning ingår ett namn på en produkt som anses vara generiskt, ska användning av det generiska namnet inte anses strida mot första stycket led a eller b.

2. Skyddade ursprungsbeteckningar och skyddade geografiska beteckningar ska inte bli generiska.

Avdelning III i förordningen: GTS Garanterade traditionella specialiteter



- Art.: Syfte att bevara traditionella produktionsmetoder och recept genom att hjälpa tillverkare av sådana produkter att marknadsföra och kommunicera värdeladdade begrepp och symboler.
- Art. 18.1 Produkten ska vara ett resultat av produktion, beredning eller sammansättning som svarar mot traditionen och utnyttjar traditionella ingredienser eller råvaror.

Exempel: Falukorv

EU-domstolen, några exempel på praxis

- Mål C-66/00 *Bigi*
- Mål C-100/02 *Gerolsteiner Brunnen* (Gerry ./Kerry)
- Mål C-108/01 *Consorzio del Prosciutto di Parma and Salumificio S. Rita*
- Mål C-466/02 & C-465/02 *Germany v Commission* (Feta II)
- Mål C-132/05 *Kommissionen mot Tyskland* *Parmesan*
- Mål C-343/07 *Bavaria & Bavaria Italia* & Mål C-120/08 *Bayerischer Brauerbund* om förhållandet mellan varumärke och ursprungsbeteckning
- Mål C-478/07; jfr C-216/01 *Budějovický Budvar*

Varumärken och geografiskt ursprung

Förhållandet mellan art. 16 ff. och 22 ff. i TRIPs-avtalet

- I 2005 års WTO-panel ifrågsatte USA och Australien den förefallande bristande samordningen mellan art. 16.1 med ett “first-in-time-first-in-right” för varumärken och att art. 24.5 sätter geografiska ursprungstecken före varumärken.
- EU menade att GIs hade företräde.
- Panelen fann att “first-in-time, first-in-right” gäller för både varumärken och geografiska ursprungstecken.
- EU står i princip kvar vid sin ståndpunkt i EU-varumärkesförordningen, se art. 7.1 k (och l).
 - BAKGRUND: USA, Australien m.fl. initierade ett panelförfarande mot EU. Man menade att (den dåvarande) förordningen om skydd för ursprungsbeteckningar och ursprungskännetecken på jordprodukter och livsmedel stred mot TRIPs-avtalet, särskilt art. 3 (MFN) och diskriminerade icke EU-länder.

Varumärken och geografiska beteckningar

Förordning (EU) nr 1151/2012 och förordning (EU) nr 1001/2017 om gemenskapsvarumärken, se art. 7.1 j, k, l

- j)** Varumärken som är undantagna från registrering i enlighet med unionslagstiftningen eller nationell rätt eller internationella överenskommelser som unionen eller den berörda medlemsstaten är part i, som ger skydd för ursprungsbeteckningar och geografiska beteckningar.
- k)** Varumärken som är undantagna från registrering i enlighet med unionslagstiftningen eller internationella överenskommelser som unionen är part i, som ger skydd för traditionella uttryck för vin.
- l)** Varumärken som är undantagna från registrering i enlighet med unionslagstiftningen eller internationella överenskommelser som unionen är part i, som ger skydd för garanterade traditionella specialiteter.

Praxis visar att art. 13 i kvalitetsförordningen slår brett

Jfr mål T-359/14 the Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, med en registrering som skyddad geografisk beteckning PGI 'Café de Colombia' för 'coffee' (OJ 2007 L 240, p. 7), ansökte om ogiltighet av ett EU-varumärke.

De fick stöd i tribunalen den 18 september 2015.

Överklagandenämnden hade inte tagit art. 13 i beaktande, utan bara art. 14 om avslag ex officio



SAMMANFATTNING

Tre skyddsnivåer

I

SKYDD MOT ILLOJAL KONKURRENS

TRIPs-avtalet och art. 10*bis* i Pariskonventionen

II

ENSAMRÄTT

att använda viss beteckning

Lissabonavtalet och EU:s kvalitetsordning

III

SKYDD ÄVEN MOT DEGENERATION

För vin och sprit enligt TRIPs- och Lissabonavtalet samt

generellt enligt EU:s kvalitetsförordning