



Straatsburg, 15.7.2014
COM(2014) 469 final

GROENBOEK

**Optimale benutting van Europa's traditionele kennis: mogelijke uitbreiding van de
bescherming van geografische aanduidingen door de Europese Unie tot niet-
landbouwproducten**

Voor de EER relevante tekst

GROENBOEK

Optimale benutting van Europa's traditionele kennis: mogelijke uitbreiding van de bescherming van geografische aanduidingen door de Europese Unie tot niet-landbouwproducten

Inhoudsopgave

| | |
|---|----|
| Inleiding | 4 |
| I — Optimale benutting van geografische aanduidingen: potentiële voordelen van uitbreiding van de bescherming van geografische aanduidingen door de EU tot niet-landbouwproducten | 6 |
| 1. Geografische aanduidingen in de EU: stand van zaken | 6 |
| 1.1 Wat is een geografische aanduiding? | 6 |
| 1.2 Het rechtskader voor de bescherming van geografische aanduidingen | 6 |
| 1.2.1 Het internationale rechtskader | 6 |
| 1.2.2 Het rechtskader in de EU | 7 |
| 1.2.2.1 Uniforme bescherming op EU-niveau, beperkt tot landbouwproducten en levensmiddelen | 7 |
| 1.2.2.2 Uiteenlopende nationale rechtskaders voor niet-landbouwproducten | 8 |
| 2. Potentiële economische, sociale en culturele voordelen van de uitbreiding van de bescherming van geografische aanduidingen op EU-niveau tot niet-landbouwproducten | 9 |
| 2.1 Het economische potentieel van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten | 9 |
| 2.2 Voordelen voor de consument | 10 |
| 2.3 Ondersteuning van de internationale inspanningen van de EU om de bescherming van geografische aanduidingen te verbeteren | 11 |
| 2.4 Behoud en waardering van de Europese tradities en kennis, de diversiteit van cultuuruitingen en het cultureel erfgoed | 11 |
| 3. Problemen en uitdagingen om niet-landbouwproducten in aanmerking te laten komen voor bescherming van hun geografische aanduiding | 12 |
| 4. Alternatieven voor geharmoniseerde bescherming in de EU | 13 |
| II — Opties voor de bescherming van geografische aanduidingen op EU-niveau | 15 |
| 1. Doelstellingen van en criteria voor de bescherming | 15 |
| 1.1 Vorm van de aanduiding: namen en symbolen | 15 |
| 1.2 Welke aanduidingen zouden moeten worden uitgesloten van bescherming als geografische aanduiding? | 16 |
| 2. Hoe moet de bescherming van geografische aanduidingen worden toegepast: een algemene of een sectorale aanpak? | 17 |

| | |
|---|----|
| 3. Verband tussen product en gebied | 17 |
| 3.1 Hoe sterk moet de band met het afgebakende gebied zijn? | 17 |
| 3.2 Kwaliteit en productdossier..... | 19 |
| 3.3 Reputatie van het product..... | 19 |
| 4. Verbetering van de bescherming..... | 20 |
| 4.1 Harmonisatie van de nationale wetgeving..... | 20 |
| 4.2 Invoering van één stelsel voor de hele EU | 20 |
| 5. Registratie..... | 21 |
| 5.1 Rol van de nationale overheden bij een EU-registratieregeling..... | 21 |
| 5.2 Beheer van het EU-register | 22 |
| 5.3 Inhoud van het proces | 22 |
| 5.3.1 Aanvragers | 22 |
| 5.3.2 Bezwaar tegen de registratie van een geografische aanduiding..... | 23 |
| 5.3.3 Leges | 23 |
| 6. Reikwijdte van de bescherming | 24 |
| 6.1 Geboden beschermingsniveau..... | 24 |
| 6.2 Monitoring en handhaving van rechten op geografische aanduidingen..... | 25 |
| 6.3 Duur van de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten | 25 |
| 7. Na de registratie | 26 |
| 7.1 Intrekking van de bescherming | 26 |
| 7.2 Mogelijke conflicten tussen geografische aanduidingen en handelsmerken..... | 26 |
| Conclusie..... | 27 |

Inleiding

De consument kan tegenwoordig kiezen uit een vrijwel ongelimiteerd aanbod van producten uit de hele wereld. Om een weloverwogen keuze te maken, moeten consumenten informatie kunnen krijgen en vergelijken over de prijs en de kenmerken van een groeiend aantal goederen. De prijs en de basiskenmerken van een product lijken niet de enige beslissende factoren te zijn. Consumenten willen authentieke, originele kwaliteitsproducten kunnen herkennen. Zij verwachten dat de kwaliteit en de specifieke eigenschappen waarmee wordt geadverteerd ook de kwaliteit bieden die zij zoeken en waarvoor zij vaak bereid zijn iets extra's te betalen.

De reputatie en/of de specifieke kwaliteitskenmerken die aan producten worden toegeschreven dankzij de bijzondere herkomst ervan, kunnen worden samengebond in de zogenoemde "geografische aanduiding" die het product kenmerkt. Geografische aanduidingen geven aan dat een product van oorsprong is uit een land, regio of plaats, waarbij een bijzondere eigenschap, reputatie of ander kenmerk van het product in wezen toe te schrijven is aan de geografische herkomst ervan, bijvoorbeeld Bordeaux (wijn), Vetro di Murano (glaswerk) of Prosciutto di Parma (ham).

Geografische aanduidingen zijn vanzelfsprekend relevant voor landbouwproducten, levensmiddelen, wijnen en andere alcoholische dranken, aangezien de geografische herkomst verbonden is met kwaliteiten die ofwel rechtstreeks samenhangen met de bodem of het klimaat (bijvoorbeeld bij wijnen) of met een combinatie van natuurlijke factoren en traditionele verwerkingsmethoden die in een regio worden toegepast (bijv. Bayerisches Bier). Het gebruik van geografische aanduidingen is echter niet beperkt tot landbouwproducten. Een geografische aanduiding kan ook de aandacht vestigen op kenmerken van een product die het gevolg zijn van menselijke factoren op de plaats van herkomst, zoals specifieke industriële vaardigheden en tradities. Dit is bijvoorbeeld het geval voor ambachtelijke producten, die doorgaans met de hand worden vervaardigd met gebruikmaking van plaatselijke natuurlijke rijkdommen en ingebed zijn in de tradities van de plaatselijke gemeenschap.

De Europese Unie (EU) kent tal van dergelijke authentieke producten die niet uit de landbouw afkomstig zijn. Ze worden vervaardigd met behulp van traditionele kennis en productiemethoden, die vaak geworteld zijn in het culturele en maatschappelijke erfgoed van een bepaalde locatie, zoals Český křišťál (kristal uit Bohemen), tartan uit Schotland, Marmo di Carrara (marmer uit Carrara) of Meissner Porzellan (porselein uit Meißen). Al deze producten behoren tot de traditionele kennis en vaardigheden van Europa. Zij zijn daardoor belangrijk voor het Europees cultureel erfgoed en dragen bij tot de culturele en creatieve economie. Hun economische potentieel is aanzienlijk, indien de voorwaarden voor de exploitatie ervan zijn vervuld. Om de lokale expertise en het lokale erfgoed optimaal te benutten, zijn innovatie en technologische vooruitgang van wezenlijk belang.

De EU is verplicht geografische aanduidingen te beschermen op grond van de overeenkomst inzake de handelsaspecten van de intellectuele eigendom (TRIPs-overeenkomst), die van toepassing is op alle 159 leden van de Wereldhandelsorganisatie (WTO) en zowel voor landbouwproducten als voor niet-landbouwproducten geldt. Geografische aanduidingen moeten in alle lidstaten van de WTO worden beschermd, om te voorkomen dat het publiek wordt misleid over de herkomst van goederen en om oneerlijke concurrentie tegen te gaan. Om deze bescherming te verzekeren, mogen de WTO-leden verschillende rechtsinstrumenten inzetten. Sommige WTO-leden, waaronder vijftien lidstaten van de EU, kennen specifieke wetgeving inzake de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten.

Op EU-niveau is er momenteel uniforme bescherming van geografische aanduidingen voor wijnen, gedistilleerde dranken en gearomatiseerde wijnen en voor landbouwproducten en levensmiddelen. Voor niet-landbouwproducten bestaat er momenteel op EU-niveau geen harmonisatie of uniforme bescherming van geografische aanduidingen. In plaats daarvan gelden de nationale rechtsinstrumenten, waardoor het wettelijke beschermingsniveau in Europa wisselt. Producenten van niet-landbouwproducten die een geografische aanduiding in de hele EU willen beschermen, moeten in elke lidstaat afzonderlijk voor bescherming zorgen, een situatie die strijdig lijkt met de doelstellingen van de interne markt.

De Commissie heeft dit probleem onderkend in haar mededeling *Een eengemaakte markt voor intellectuele-eigendomsrechten*¹ uit 2011. Zij geeft daarin een grondige analyse van het rechtskader voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten in de lidstaten en de implicaties daarvan voor de interne markt.

Naar aanleiding daarvan heeft zij in 2012 opdracht gegeven voor een externe studie: *Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market*, hierna “de studie” genoemd². Uit de in maart 2013 door de Commissie gepubliceerde studie blijkt dat de rechtsinstrumenten die producenten op nationaal en Europees niveau ter beschikking staan, ontoereikend zijn. De Commissie heeft op 22 april 2013 een openbare hoorzitting georganiseerd om de uitkomst van de studie te bespreken en een platform te bieden voor bredere discussie over de vraag of geografische aanduidingen van niet-landbouwproducten op EU-niveau beter moeten worden beschermd. Veel van de deelnemende belanghebbenden steunden de oproep die in de studie werd gedaan om geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten beter te beschermen op EU-niveau.

Gezien de uitkomst van de studie en de resultaten van de publieke hoorzitting heeft de Commissie besloten om haar onderzoek voort te zetten via dit groenboek. Zij wil hiermee alle belanghebbenden zo breed mogelijk raadplegen over de vraag of er in de EU behoefte is aan meer bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten, en zo ja, welke aanpak dan moet worden gekozen. Alle belangstellenden wordt verzocht opmerkingen in te dienen over de vraagstukken die in dit groenboek aan de orde komen, door antwoord te geven op de specifieke vragen die worden gesteld. De Commissie zal met het resultaat van deze raadpleging rekening houden als zij nagaat of verdere maatregelen op EU-niveau opportuun zijn.

¹ http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/ipr_strategy/COM_2011_287_en.pdf

² Omdat de studie werd uitgevoerd voordat Kroatië tot de Europese Unie was toegetreden, komt dat land er niet in aan de orde.

I — Optimale benutting van geografische aanduidingen: potentiële voordelen van uitbreiding van de bescherming van geografische aanduidingen door de EU tot niet-landbouwproducten

1. Geografische aanduidingen in de EU: stand van zaken

1.1 Wat is een geografische aanduiding?

Een geografische aanduiding is een symbool (doorgaans een naam) dat gebruikt wordt voor goederen met een specifieke geografische herkomst, die eigenschappen, kenmerken of een reputatie hebben die in wezen toe te schrijven zijn aan die plaats van herkomst. Een geografische aanduiding is of bevat doorgaans de naam van de plaats van herkomst van het product. Die naam kan collectief worden gebruikt door alle ondernemingen in het betrokken gebied die een bepaald product op een voorgeschreven wijze produceren. Voorbeelden van wereldberoemde geografische aanduidingen zijn Champagne en Prosciutto di Parma.

Het doel van het beschermen van geografische aanduidingen als intellectuele-eigendomsrecht is het waarborgen van eerlijke concurrentie voor de producenten en het verstrekken van betrouwbare informatie aan de consument over de plaats waar en/of de methode waarmee het product is vervaardigd en over de kwaliteit van het product³. De bescherming die aan geografische aanduidingen wordt toegekend, is cruciaal voor het behoud van dergelijke traditionele, kwalitatief hoogwaardige producten en de daarmee samenhangende kennis en werkgelegenheid. Door geografische aanduidingen te beschermen, wordt dus steun verleend aan kleine en middelgrote ondernemingen en producenten. Geografische aanduidingen benadrukken de verhouding tussen de menselijke activiteit, de cultuur, de natuurlijke omgeving en natuurlijke hulpbronnen en dragen bij tot de bescherming van immateriële waarden zoals reputatie en kwaliteitsnormen.

De bescherming van geografische aanduidingen stimuleert ook de investeringen in nieuwe technologieën en innovatie, zodat de hoge kwaliteit van de producten wordt gewaarborgd terwijl het concurrentievermogen wordt behouden.

Geografische aanduidingen onderscheiden zich van andere intellectuele-eigendomsrechten door bepaalde specifieke kenmerken: ze zijn doorgaans niet in het bezit van één organisatie, zoals bij handelsmerken of octrooien meestal het geval is. Geografische aanduidingen behoren toe aan een gemeenschap, dat wil zeggen alle producenten wier producten afkomstig zijn uit het betrokken geografische gebied en voldoen aan het voor de geografische aanduiding vastgestelde productdossier.

1.2 Het rechtskader voor de bescherming van geografische aanduidingen

1.2.1 Het internationale rechtskader

In een aantal door de Wereldorganisatie voor de Intellectuele Eigendom (WIPO) beheerde verdragen is voorzien in de bescherming van geografische aanduidingen, en met name het Verdrag van Parijs tot bescherming van de industriële eigendom van 1883⁴ en de Overeenkomst van Lissabon betreffende de bescherming en de internationale inschrijving van

³ Net als alle andere producten moeten producten met een geografische aanduiding voldoen aan het geldende EU-stelsel van “essentiële eisen” en aan de voorschriften inzake productveiligheid. Deze zorgen ervoor dat de interne markt goed functioneert, dat producten veilig zijn voor de consument en dat andere maatschappelijke belangen worden gediend, zoals het milieu en energie-efficiëntie.

⁴ In het Verdrag van Parijs wordt algemeen gesproken van “aanduidingen van herkomst” en “benamingen van oorsprong”, zonder dat deze begrippen worden gedefinieerd. Alle lidstaten van de EU zijn partij bij het dit verdrag.

benamingen van oorsprong⁵. Voorts komt de internationale bescherming van geografische aanduidingen in WTO-verband aan de orde in de artikelen 22–24 van de TRIPS-overeenkomst⁶.

Op grond van deze internationale overeenkomsten kunnen geografische aanduidingen worden beschermd voor alle soorten producten, zowel landbouwproducten als niet-landbouwproducten. Ten aanzien van de definitie, het toepassingsgebied, de desbetreffende handhavingsmaatregelen en andere aspecten van de bescherming van geografische aanduidingen zijn er echter aanzienlijke verschillen.

1.2.2 Het rechtskader in de EU

In Europa kunnen geografische aanduidingen voor zowel landbouwproducten als niet-landbouwproducten bescherming krijgen. Landbouwproducten en levensmiddelen (wijnen, gedistilleerde dranken) kunnen uniforme bescherming krijgen die exclusief op EU-niveau wordt verleend. Geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten kunnen slechts op nationaal/regionaal niveau worden beschermd door middel van allerlei nationale rechtskaders.

1.2.2.1 Uniforme bescherming op EU-niveau, beperkt tot landbouwproducten en levensmiddelen

Op EU-niveau is uniforme bescherming van geografische aanduidingen beschikbaar voor wijnen (sinds 1970), gedistilleerde dranken (1989), gearomatiseerde wijnen (1991) en andere landbouwproducten en levensmiddelen (1992). Deze regelingen zijn met name bedoeld om kwaliteit, variatie en waarde in de voedselketen te bevorderen, traditionele kennis in de sector te behouden en in rurale gebieden diversificatie en werkgelegenheid te stimuleren. Door deze regelingen kunnen beschermde benamingen voor de gedekte producten in de hele EU een verreichende uniforme bescherming krijgen via slechts één aanvraagprocedure. Eind april 2014 waren 336 benamingen van gedistilleerde dranken, 1 577 benamingen van wijnen en 1 184 benamingen van andere levensmiddelen en landbouwproducten op EU-niveau geregistreerd. In 2010 bedroeg de geschatte verkoopwaarde van producten met een Europese geografische aanduiding 54,3 miljard euro, met inbegrip van de exportverkoop ter waarde van 11,5 miljard euro (15% van de EU-export van de voedingsmiddelen- en drankenindustrie).

Het Hof van Justitie van de Europese Unie heeft bevestigd dat een geografische aanduiding als intellectuele-eigendomsrecht geldt⁷. Het EU-stelsel voor de bescherming daarvan is van exclusieve aard: lidstaten mogen er geen afzonderlijke parallelle nationale of regionale regelingen op na houden (zoals bijvoorbeeld met handelsmerken)⁸. Er bestaan nationale stelsels voor het regelen van de eerste stap van het proces van de aanvraag van een EU-

⁵ Tien lidstaten van de EU zijn partij bij de Overeenkomst van Lissabon. Zij is geratificeerd door zeven lidstaten van de EU, namelijk Bulgarije, Frankrijk, Hongarije, Italië, Portugal, Slowakije en Tsjechië. Drie lidstaten, namelijk Griekenland, Roemenië en Spanje, hebben de overeenkomst ondertekend, maar nooit geratificeerd.

⁶ In artikel 22 van de TRIPS-overeenkomst wordt het begrip “geografische aanduiding” gedefinieerd en wordt voor WTO-leden een algemene verplichting geformuleerd om bescherming te bieden tegen misleidend gebruik van een geografische aanduiding en gebruik dat een daad van oneerlijke mededinging vormt. Ook moet de inschrijving van een handelsmerk dat een geografische aanduiding bevat, of uit zo’n aanduiding bestaat, voor waren die niet hun oorsprong hebben op het vermelde grondgebied worden geweigerd of nietig verklaard, indien het gebruik van de aanduiding in het handelsmerk voor deze waren het publiek kan misleiden ten aanzien van de werkelijke plaats van oorsprong. Artikel 23 van de TRIPS-overeenkomst voorziet in extra bescherming voor geografische aanduidingen voor wijnen en spiritualiën. Artikel 23, lid 1, bevat een norm die op absolute bescherming is gericht: de leden moeten registratie van een geografische aanduiding voor wijnen/spiritualiën voorkomen als die wijnen/spiritualiën niet van oorsprong zijn uit de aangeduide plaats, ook als de werkelijke oorsprong van de waren is vermeld of de geografische aanduiding wordt gebruikt in vertaling of vergezeld gaat van uitdrukkingen zoals “soort”, “type”, “stijl”, “imitatie” en dergelijke. Geografische aanduidingen voor wijnen en spiritualiën moeten ook worden beschermd als misbruik van de aanduiding de consument niet zou misleiden.

⁷ Zie zaak C-3/91 Turrón de Jijona, punt 37, of zaak C-108/01 Prosciutto di Parma, punt 64.

⁸ Zie zaak C-478/07 Budějovický Budvar, punt 114.

registratie van een geografische aanduiding en voor de bestuurlijke handhaving van dergelijke geografische aanduidingen (bijv. de controle door de overheid op de naleving van het productdossier dat de producenten hebben vastgesteld en het toezicht op het gebruik van een geografische aanduiding op de markt)⁹.

Het EU-stelsel van bescherming van geografische aanduidingen voor landbouwproducten wordt doorgaans als succesvol beschouwd. Dat blijkt uit een recente studie die de Europese Commissie heeft laten uitvoeren¹⁰. De bescherming heeft consumenten en producenten concrete voordelen gebracht, zoals voor consumenten de beschikbaarheid van uitvoerige informatie en een kwaliteitsgarantie, en voor producenten stabielere winstmarges, betere zichtbaarheid (vaak door deelname aan handelsbeurzen), toegang tot nieuwe markten in binnen- en buitenland en betere toegang tot promotiemiddelen en investeringssteun. De bescherming van geografische aanduidingen draagt ook bij tot de instandhouding van de plaatselijke infrastructuur en werkgelegenheid, met name in armere gebieden, en komt dus ten goede aan de hele samenleving.

1.2.2.2 Uiteenlopende nationale rechtskaders voor niet-landbouwproducten

De wetgevingen van de lidstaten voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten zijn nog niet geharmoniseerd. De desbetreffende nationale kaders vertonen daardoor aanmerkelijke verschillen. De definities, de registratieprocedures en -kosten, de reikwijdte van de bescherming en de handhavingsmiddelen lopen aanzienlijk uiteen. De bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten wisselt daarom naargelang het land van productie, zij het dat de basis steeds wordt gevormd door de bepalingen van de TRIPs-overeenkomst.

In alle lidstaten vallen niet-landbouwproducten onder de wetten betreffende oneerlijke concurrentie en misleiding van de consument. Ook het merkenrecht, dat eveneens een zekere mate van bescherming kan bieden, is van toepassing. Vijftien lidstaten kennen momenteel specifieke stelsels die bescherming bieden aan geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten¹¹. Deze stelsels kunnen allerlei vormen aannemen, zoals regionale of nationale regelingen voor specifieke sectoren (bijv. keramiek), specifieke wetgeving voor bepaalde producten (bijv. messen uit Solingen) of regionale of nationale wetgeving ter bescherming van alle geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten¹².

Vraag:

1. Ziet u voor- of nadelen in het feit dat de wijze en mate van bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten in de verschillende lidstaten van de EU momenteel uiteenlopen? Licht uw antwoord toe.

⁹ Zie zaak C-35/13 Felino, punt 28.

¹⁰ De studie *Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)* is te vinden op http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm.

¹¹ België (Wallonië), Bulgarije, Duitsland, Estland, Frankrijk, Hongarije, Kroatië, Letland, Polen, Portugal, Roemenië, Slovenië, Slowakije, Spanje (regio Murcia) en Tsjechië; zie de studie, blz. 30.

¹² Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market, blz. 29–73.
http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf

2. Potentiële economische, sociale en culturele voordelen van de uitbreiding van de bescherming van geografische aanduidingen op EU-niveau tot niet-landbouwproducten

2.1 Het economische potentieel van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten

Voor de producenten van niet-landbouwproducten heeft een geharmoniseerd EU-stelsel voor geografische aanduidingen waarschijnlijk twee belangrijke potentiële voordelen. Hun producten kunnen zich beter onderscheiden en worden aantrekkelijker door een EU-brede kwaliteits- en herkomstgarantie, wat de verkoop kan stimuleren¹³, en in de hele EU komt er uniforme en doeltreffendere bescherming tegen verlies als gevolg van namaak en imitatie.

De bescherming van geografische aanduidingen kan voor allerlei niet-landbouwproducten en productiemethoden gelden, variërend van technologisch minder geavanceerde producten, zoals Český křišťál (kristal uit Bohemen), tot meer geavanceerde technologie. Volgens een in de studie opgenomen schatting zou de sector geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten direct en indirect voor 4,08 miljoen banen zorgen¹⁴. Die banen zijn met name te vinden in kleine en middelgrote ondernemingen in armere regio's¹⁵. Twee derde van de regio's waaruit niet-landbouwproducten met een geografische aanduiding afkomstig zijn, kennen een armoede- of werkloosheidscijfer van meer dan 20%.

Als de reputatie en/of de kwaliteit van een niet-landbouwproduct met een beschermde geografische aanduiding in de hele EU wordt gegarandeerd, kan dat de producenten helpen bij het verkrijgen van promotiemiddelen en investeringssteun van de overheid en de toegang tot handelsbeurzen vergemakkelijken. De mogelijkheid om toegang te krijgen tot een EU-breed geharmoniseerd systeem van geografische aanduidingen kan ook de organisatie en het beheer van de beschermde naam op collectieve basis door producentenverenigingen vergemakkelijken.

Een beroemde geografische aanduiding kan de plaats of regio van herkomst meer publiciteit geven en doorwerken in de promotie van toerisme¹⁶, handelsbeurzen en culturele activiteiten en daardoor meer werkgelegenheid scheppen¹⁷.

De werkgelegenheid die door een product met beschermde geografische aanduiding wordt gecreëerd, is aan het desbetreffende territorium gebonden en kan dus normaliter niet naar andere locaties worden verplaatst. Door bescherming te verlenen aan de geografische aanduidingen van niet-landbouwproducten en zo de welvaart in de desbetreffende regio's te vergroten, kunnen derhalve werkgelegenheid en rijkdom in economisch kwetsbare regio's worden behouden.

¹³ De status van een geografische aanduiding is ook een belangrijke factor die producenten kan helpen om aan grote detailhandelsondernemingen te leveren en nieuwe afnemers te vinden buiten de gebieden waar de producten traditioneel bekendstaan bij en gewaardeerd worden door de consumenten. Aangezien consumenten in het buitenland geografische aanduidingen zien als een aanvullende kwaliteitsgarantie die door een externe instantie wordt gecontroleerd, helpt een beschermde geografische aanduiding producenten ook om toegang te krijgen tot nieuwe exportmarkten.

¹⁴ De studie, blz. 133.

¹⁵ Bron: Europese armoede- en werkloosheidsstatistieken voor NUTS 2-regio's. Dit geldt bijvoorbeeld voor Dentelles de Binche (kant uit Binche – België) en Louça de barro preto de Olho Marinho (serviesgoed van zwarte klei uit Olho Marinho – Portugal).

¹⁶ Een voorbeeld is de Europese Keramiekroute (door de Raad van Europa sinds mei 2012 als “Culturele Route” erkend), die de aantrekkingskracht van keramiek producerende gebieden als duurzame toeristische bestemmingen wil vergroten.

¹⁷ Zie: *Geographical Indications, An introduction*, WIPO,

http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf.

Vragen:

2. Bent u van mening dat een betere en geharmoniseerde bescherming op EU-niveau van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten positieve economische effecten kan hebben op de interne markt, zoals hierboven beschreven?
3. Ziet u mogelijke nadelige effecten op de economie van de EU als gevolg van een dergelijke bescherming?

2.2 Voordelen voor de consument

Consumenten die op de geografische herkomst van producten letten, gevoelig zijn voor de cultuur of de tradities waarin deze producten ontstaan of de specifieke kenmerken of kwaliteiten van die producten waarderen, kunnen dankzij geografische aanduidingen een weloverwogen en veilige keuze maken op basis van betrouwbare informatie¹⁸. Met geografische aanduidingen wordt beoogd de consument zekerheid te bieden dat een product bepaalde kwaliteiten of kenmerken of een bepaalde reputatie bezit als gevolg van de plaats van herkomst ervan, als die consument daar prijs op stelt.

Een belangrijk aspect van de bestaande EU-stelsels van geografische aanduidingen voor landbouwproducten is dat de overheid controles uitvoert of toezicht houdt om te waarborgen dat een product met een beschermde geografische aanduiding aan het productdossier voldoet. De bescherming van geografische aanduidingen is een instrument om frauduleus gebruik van een geografische aanduiding te voorkomen. De bedoeling is niet om de keuze van producten voor de consument te beperken, maar om te waarborgen dat een specifieke benaming slechts wordt gebruikt voor producten die aan het productdossier voldoen en inderdaad afkomstig zijn uit de desbetreffende plaats. Niets weerhoudt andere producenten ervan om soortgelijke producten onder een andere naam op de markt te brengen. Geografische aanduidingen zijn in wezen bedoeld om te voorkomen dat consumenten goederen krijgen aangesmeerd die niet die kwaliteiten en kenmerken bezitten die de consument verwacht en waarvoor deze bereid is een hogere prijs te betalen¹⁹.

¹⁸ Volgens een in 2008 uitgevoerde Eurobarometer-enquête (nr. 298) zegt 26% van de consumenten geïnteresseerd te zijn in het land van herkomst van non-foodproducten (niet in geografische aanduidingen als zodanig). Dat gegeven staat op vierde plaats na de prijs, de veiligheid en het merk.

¹⁹ Slechts als consumenten in aanraking komen met de kwaliteit van de producten, heeft het voor de producenten zin om in de fabricage van kwalitatief hoogwaardige producten te investeren. Als een bedrijf besluit om kwalitatief hoogwaardige producten te produceren, kan het daar in de toekomst de vruchten van plukken als beloning voor een duurzame investering in de opbouw van een gevestigde reputatie. Alleen als de consumenten bekend zijn met de kwaliteit, wordt het bedrijf dus gestimuleerd om in zijn reputatie te investeren, waardoor het hogere prijzen kan vragen. Wat de consument daarvoor terugkrijgt, is een ruime keuze aan kwalitatief hoogwaardige en veilige producten.

Vragen:

4. Bent u van mening dat een geharmoniseerde bescherming op EU-niveau van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten voordelen kan hebben voor de consument?
5. Ziet u mogelijke negatieve gevolgen voor de consument?

2.3 Ondersteuning van de internationale inspanningen van de EU om de bescherming van geografische aanduidingen te verbeteren

Uniforme bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten in de EU kan ook een positief effect hebben op de onderhandelingen over handelsovereenkomsten met derde landen die hun eigen geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten in de EU beter willen beschermen. Doordat de EU geen geharmoniseerd en samenhangend EU-stelsel kent voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten, staat de EU minder sterk bij bilaterale onderhandelingen om in het betrokken land betere bescherming te krijgen voor geografische aanduidingen voor EU-landbouwproducten. De bescherming op de EU-markt van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten uit derde landen is een belangrijke factor geworden bij een aantal bilaterale onderhandelingsprocessen met handelspartners van de EU. Die landen hebben vaak een opmerkelijk rijke traditie van bekende ambachtelijke en niet-landbouwproducten: India verleent bijvoorbeeld bescherming aan geografische aanduidingen voor sari's, schilderijen op zijde en zijden sjaals.

Ook de onderhandelingen die de EU op multilateraal niveau in WTO-verband voert over betere bescherming voor geografische aanduidingen kunnen baat hebben bij een uniform EU-stelsel voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten. Bij de WTO-onderhandelingen over de ontwikkelingsagenda van Doha heeft de EU het hoge beschermingsniveau dat tot op heden slechts voor wijn en gedistilleerde dranken geldt, uitgebreid tot alle producten.

Vraag:

6. Ziet u mogelijke voor- of nadelen in geharmoniseerde bescherming op EU-niveau van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten als het gaat om de handelsbetrekkingen van de EU met derde landen? Zo ja, welke?

2.4 Behoud en waardering van de Europese tradities en kennis, de diversiteit van cultuuruitingen²⁰ en het cultureel erfgoed

Voor de meeste niet-landbouwproducten die voor bescherming van hun geografische aanduiding in aanmerking komen, geldt dat zij het doeltreffendst kunnen concurreren op grond van hun authenticiteit, hun onderscheidende kenmerken en andere door consumenten gewaardeerde eigenschappen. Zij staan voortdurend onder druk door producten die misbruik maken van hun reputatie en vaak van mindere kwaliteit zijn en voor lagere prijzen worden verkocht. De voor bescherming van de geografische aanduiding in aanmerking komende producten kunnen succesvol zijn als er eerlijk wordt geconcurrereerd, maar als imitaties

²⁰ De Europese Unie is sinds 2006 partij bij het Unesco-verdrag betreffende de bescherming en de bevordering van de diversiteit van cultuuruitingen. Artikel 167 VWEU bepaalt dat de Unie bij haar optreden uit hoofde van andere bepalingen van de Verdragen rekening moet houden met de culturele aspecten, met name om de culturele verscheidenheid te eerbiedigen en te bevorderen.

misbruik maken van de reputatie, de authenticiteit en de kwaliteit die van de oorspronkelijke producten worden verwacht, namelijk door de geografische naam te gebruiken die daarmee wordt geassocieerd, dan zou het kunnen gebeuren dat de oorspronkelijke producten uiteindelijk niet meer worden gemaakt en van de markt verdwijnen. Een voorbeeld daarvan is de Litouwse vlastextielindustrie. Dankzij producten met een beschermde geografische aanduiding blijft kostbare traditionele kennis behouden en wordt deze op de nieuwe generaties overgedragen. De betrokken productiemethoden en ondersteunende activiteiten bieden identificatiemogelijkheden voor de plaatselijke gemeenschap, die in een langdurig proces zijn opgebouwd. Door de producten met een geografische aanduiding worden netwerken van producenten onderhouden, die ook banden hebben met andere plaatselijke belanghebbenden, zoals overheden en toeristische organisaties. Daarmee wordt ook bijgedragen aan de opbouw van maatschappelijk kapitaal in een regio. Als producten met een geografische aanduiding verdwijnen doordat zij onvoldoende worden beschermd, kan uiteindelijk een belangrijk onderdeel van Europa's historische, culturele en sociale erfgoed verloren gaan.

Vragen:

7. Bent u van mening dat geharmoniseerde bescherming op EU-niveau van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten zal bijdragen tot de instandhouding van het traditionele culturele en artistieke erfgoed dat in de desbetreffende producten tot uiting komt? Licht uw antwoord toe.
8. Zou die bescherming bijdragen tot de opbouw van maatschappelijk kapitaal op productiegebied?

3. Problemen en uitdagingen om niet-landbouwproducten in aanmerking te laten komen voor bescherming van hun geografische aanduiding

Hoe sterker de reputatie en de erkenning van een geografische uitdaging, hoe waarschijnlijker dat concurrenten daarmee hun voordeel zullen proberen te doen en misbruik zullen maken van de naam voor goederen die niet uit het specifieke geografische gebied afkomstig zijn en/of niet voldoen aan het productdossier of kwaliteitskenmerken die aan de naam verbonden zijn. Misbruik van een geografische aanduiding leidt tot verlies van inkomsten en marktaandeel voor de legitieme handelaars en mogelijk tot reputatieschade en extra juridische onkosten.

De studie meldt dat er bij 57,4% van de onderzochte goederen (n=94) sprake is van ernstige problemen en verlies door misbruik van de geografische aanduiding²¹. Daarbij gaat het onder meer om:

- imitatieproducten uit hetzelfde land²², uit andere EU-landen²³ of uit landen buiten de EU, met name in Azië²⁴;
- gebruik van namen die aan de beschermde naam doen denken voor producten van andere herkomst, zoals “Belgische steen” voor een imitatie van Pierre bleue de Belgique, Turks marmer dat op de markt wordt gebracht onder namen als “Botticino Royal” en “The New Botticino”²⁵; of

²¹ De studie, blz. 97.

²² Bijvoorbeeld Tapisserie d’Aubusson (tapijten), Faïence de Moustiers (aardewerk) en Pierre de Bourgogne (steen).

²³ Bijvoorbeeld Italiaanse imitaties van Pierre de Bourgogne en Roemeense imitaties van Vetro di Murano (glaswerk).

²⁴ Bijvoorbeeld Dentelles de Binche (kant), Marmo di Carrara (marmer), Vetro di Murano (glaswerk), keramiek uit Horezu en natuursteen uit Castilië en León.

²⁵ Botticino is een gemeente in de provincie Brescia in Italië.

- gebruik van namen die aan de beschermde naam doen denken voor andere soorten producten, zoals Chinees graniet, Indiase leisteen en kalksteen waarvoor de naam “natuursteen uit Castilië en León” wordt gebruikt²⁶.

De kosten van gerechtelijke stappen tegen inbreukplegers kunnen voor een bedrijf zeer belastend zijn. Per jaar kost dat voor bijvoorbeeld Český granát (granaat uit Tsjechië) naar schatting 200 000 CZK (circa 7 770 EUR). Solingen is per jaar zo'n 50 000 EUR kwijt²⁷. Afhankelijk van de situatie kunnen de kosten om doeltreffende bescherming af te dwingen nog veel hoger zijn.

Uit de studie blijkt dat producenten allerlei strategieën volgen om zich tegen inbreuk te beschermen, zoals schriftelijk protest (bijv. Harris Tweed of Schwarzwälder Kuckucksuhr), campagnes tegen namaak (bijv. Swiss Watches), handelsmerkegistratie (bijv. Ceramica Artistica e tradizionale di Vietri sul Mare) of gerechtelijke stappen (bijv. keramiek uit Deruta, Murano).

De conclusie van de studie luidt dat de uitkomst van dergelijke maatregelen vaak onzeker is, doordat er geen uniform EU-kader voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten is. Er bestaan daardoor allerlei stelsels met een uiteenlopende mate van bescherming en handhaving, die geen duidelijk universeel kader bieden.

Vragen:

9. Bent u van mening dat een geharmoniseerde bescherming op EU-niveau van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten producenten kan helpen om zich tegen imitatie en misbruik te beschermen? Licht uw antwoord toe.
10. Hoe kunnen concurrerende producenten zich beschermen tegen te vergaande bescherming van een geografische aanduiding?

4. Alternatieven voor geharmoniseerde bescherming in de EU

Uit de studie blijkt dat de bestaande nationale instrumenten een zekere mate van bescherming bieden als zij worden toegepast om geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten op EU-niveau te beschermen

Wetgeving betreffende oneerlijke concurrentie²⁸ en misleiding van de consument, die alle lidstaten hebben, biedt bescherming tegen oneerlijke handelspraktijken, waaronder het verstrekken van misleidende informatie over de belangrijkste kenmerken van een product, zoals de geografische herkomst ervan²⁹. In de praktijk kan deze wetgeving echter slechts beperkte bescherming bieden tegen het misbruik van namen van niet-landbouwproducten.

²⁶ De studie, blz. 99.

²⁷ *Ibid*, blz. 109.

²⁸ Oneerlijke concurrentie kan worden gedefinieerd als “elke mededingingshandeling die strijdig is met eerlijke handels- en nijverheidsgebruiken”.

²⁹ In Richtlijn 2005/29/EG worden de oneerlijke handelspraktijken gedefinieerd die in de EU en de overige drie EER-landen verboden zijn. In artikel 6 wordt bepaald dat een handelspraktijk als misleidend wordt beschouwd als deze gepaard gaat met onjuiste informatie die de gemiddelde consument bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van de voornaamste kenmerken van het product, zoals de geografische of commerciële oorsprong. Artikel 11 voorziet in specifieke rechtsmiddelen: de lidstaten en de andere EER-landen moeten ervoor zorgen dat er passende en doeltreffende middelen bestaan om dergelijke praktijken te bestrijden. Onder andere moeten personen of organisaties die een rechtmatig belang hebben (consumenten en concurrenten) in rechte kunnen optreden tegen oneerlijke handelspraktijken en/of die praktijken kunnen voorleggen aan een administratieve instantie.

De nationale wetgevingen vertonen bovendien nog aanmerkelijke verschillen. Voor de handhaving van de wetgeving zijn bijvoorbeeld verschillende nationale, regionale of lokale instanties³⁰ (bijv. in Spanje) of particuliere consumentenorganisaties (bijv. in Duitsland) verantwoordelijk. Dat betekent dat de kosten, de procedures en de formele vereisten sterk kunnen verschillen. Volgens de studie³¹ is in de landen waar dergelijke organen voor de handhaving zorgen, geen voorbeeld aangetroffen van maatregelen om geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten te beschermen.

Bovendien blijkt uit de studie dat producenten vaak geen civielrechtelijke procedures aanspannen tegen oneerlijke praktijken, omdat de kosten hoog kunnen zijn en het bewijs vaak moeilijk rond te krijgen is³².

Ook de bescherming van handelsmerken kent haar beperkingen. De houder van een handelsmerk mag anderen verbieden het handelsmerk te gebruiken. Het gekozen handelsmerk (naam, logo e.d.) hoeft geen verband te houden met de producten of de herkomst daarvan. Een beschermde geografische aanduiding biedt de consument daarentegen de garantie dat de goederen op een bepaalde plaats zijn vervaardigd en dat zij daardoor bepaalde kwaliteiten bezitten. Een handelsmerk kan dan ook doorgaans niet dezelfde informatie en garanties bieden als een geografische aanduiding.

In sommige gevallen kan een geografische aanduiding en zekere mate van merkenrechtelijke bescherming krijgen, meer bepaald door middel van collectieve merken of kwaliteitsmerken. Voor een collectief merk is de merkhouder een groep producenten (bijvoorbeeld een producentenvereniging). Een collectief merk kan door meer dan één persoon worden gebruikt, mits de gebruiker lid is van de groep en de voorschriften naleeft die de groep heeft vastgesteld. Voor een kwaliteitsmerk is het de certificerende houder van het merk die verifieert of het merk volgens de normen wordt gebruikt. De certificerende houder van het merk controleert het gebruik van het merk en heeft het exclusieve recht om onrechtmatig gebruik te voorkomen. Doorgaans kan de certificerende instantie zelf geen gebruik maken van het merk en staat het gebruik van het merk open voor eenieder die aan de certificeringsnormen voldoet. Deze vormen van bescherming hebben sommige van de kenmerken die de bescherming van geografische aanduidingen biedt. Het algemene merkenrecht voorziet echter niet in vooraf vastgestelde normen, met name betreffende het verband met een specifiek geografisch gebied, en laat de houder van het merk geheel vrij om zelf voorschriften voor het gebruik van het merk vast te stellen. Collectieve merken en kwaliteitsmerken missen derhalve de belangrijkste waarborgen die een regeling voor geografische aanduidingen biedt³³. Het huidige EU-stelsel voor handelsmerken strekt zich niet uit tot kwaliteitsmerken, maar producenten met een geografische aanduiding kunnen hun naam wel als collectief Gemeenschapsmerk registreren.

In de meeste gevallen hebben regionale of nationale regelingen voor specifieke ambachten slechts betrekking op collectieve strategieën om afzonderlijke plaatselijke ambachten te promoten of te beschermen. Specifieke productwetgeving bevat specificaties voor die producten (bijv. messenwerk uit Solingen, Harris Tweed, Bordado da Madeira). De bestaande

³⁰ Bestuurlijke autoriteiten in Bulgarije, Cyprus, Duitsland, Estland, Finland, Griekenland, Italië, Letland, Luxemburg, Polen, Portugal, Roemenië en Slovenië zijn verplicht klachten die zij ontvangen, te onderzoeken. De meeste bevoegde autoriteiten kunnen klachten op allerlei gronden afwijzen; in België wordt bijvoorbeeld 40% van alle klachten afgewezen om redenen van rationalisering en worden slechts klachten in behandeling genomen waarbij sprake is van significante financiële verliezen.

³¹ De studie, blz. 35.

³² De studie, blz. 34–35.

³³ Zie *Guide to geographical indicators linking products and their origins* van Daniele Giovannucci, Tim Josling, William Kerr, Bernard O'Connor, May T. Yeung (International Trade Centre).

regionale en nationale wetgeving inzake bescherming voor een hele bedrijfstak is niet geharmoniseerd. Belangrijke aspecten, zoals de definitie van een geografische aanduiding, de reikwijdte van de bescherming, registratieprocedures, leges, controles en handhaving, kunnen daardoor sterk uiteenlopen. Bovendien zorgt de bescherming die de nationale wetgeving biedt er alleen voor dat de geografische aanduiding in het desbetreffende land wordt geëerbiedigd. Nationale wetgeving biedt geen EU-brede bescherming en garandeert geen gelijke voorwaarden voor de bescherming op de interne markt.

Vraag:

11. Hoe denkt u over de thans bestaande alternatieven voor geharmoniseerde bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten?

II — Opties voor de bescherming van geografische aanduidingen op EU-niveau

EU-maatregelen om de geschetste problemen aan te pakken, zouden verschillende vormen kunnen aannemen. Betere bescherming van geografische aanduidingen moet verenigbaar zijn met het bestaande Europese en internationale rechtskader en voldoen aan economische behoeften en de behoeften van de betrokkenen. Het bestaande stelsel van geografische aanduidingen voor landbouwproducten biedt een duidelijk aanknopingspunt. Met dit deel van dit Groenboek wil de Commissie de standpunten van belanghebbenden peilen op een aantal punten die zij van belang acht voor de opzet van een mogelijk EU-initiatief voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten.

1. Doelstellingen van en criteria voor de bescherming

Nieuwe maatregelen moeten ten minste beogen te voldoen aan de minimumeisen voor de bescherming van geografische aanduidingen die de TRIPS-overeenkomst stelt, maar kunnen ook aanvullende criteria bieden, zoals die van de EU-wetgeving betreffende geografische aanduidingen voor landbouwproducten.

1.1 Vorm van de aanduiding: namen en symbolen

De vorm die het vaakst voorkomt voor het aanduiden van een product dat voor de bescherming van de geografische aanduiding in aanmerking komt, is de naam ervan. Zeer vaak omvat die de naam van een geografisch gebied (een plaats, regio of land, bijv. “Herend”³⁴), eventueel in combinatie met de benaming van de goederen zelf, zoals Schotse tartan³⁵ of tapisserie d’Aubusson³⁶.

Ook een niet-geografische naam kan echter een geografische aanduiding vormen, mits deze ondubbelzinnig geassocieerd wordt met de plaats van herkomst. Als de definitie van geografische aanduidingen tot dit soort namen wordt uitgebreid, komen er meer producten voor in aanmerking. Deze oplossing zien we ook in het EU-stelsel van geografische

³⁴ Een bekende naam voor serviesgoed en siervoorwerpen van porselein, genoemd naar het Hongaarse stadje Herend.

³⁵ Tartan is een traditioneel Schots stoffenpatroon met strepen in verschillende kleuren en breedten, die elkaar kruisen en zo vierkanten vormen; zie <http://www.merriam-webster.com/dictionary/tartan>. De in 1963 opgerichte Scottish Tartans Society houdt een register bij van alle tartans, in totaal ongeveer 1 300.

³⁶ Aubussontapijten zijn met de hand geweven vloerkleden uit de dorpen Aubusson en Felletin in het departement Creuse in Midden-Frankrijk.

aanduidingen voor landbouwproducten: fetakaas³⁷ en de Spaanse mousserende wijn cava³⁸ worden bijvoorbeeld beschermd als geografische aanduiding.

Een optie die de dekking nog verder uitbreidt, is de bescherming als geografische aanduiding van niet-tekstuele tekens of symbolen die ondubbelzinnig in verband worden gebracht met een specifieke regio, een specifieke plaats of een specifiek land, zoals bijvoorbeeld de contouren van een geografisch gebied³⁹.

Vragen:

12. Als er op EU-niveau een nieuw systeem wordt ontwikkeld, moet dit dan bescherming bieden aan niet-geografische namen die ondubbelzinnig in verband worden gebracht met een bepaalde plaats?

13. Zo ja, hoe kan er dan voor worden gezorgd dat die bescherming geen afbreuk doet aan de rechten van andere producenten?

14. Moet een dergelijke bescherming ook gelden voor symbolen, zoals de contouren van een geografisch gebied? Zo ja, onder welke voorwaarden?

1.2 Welke aanduidingen zouden moeten worden uitgesloten van bescherming als geografische aanduiding?

De TRIPs-overeenkomst voorziet in een aantal mogelijke vrijstellingen van de verplichting om een geografische aanduiding te beschermen. Het gaat hier bijvoorbeeld om soortnamen⁴⁰, gevallen waarin er een conflict bestaat met een eerder toegekend handelsmerk⁴¹ en, in beperkte mate, gevallen waarin er sprake is van gelijkkluidende geografische aanduidingen⁴². Een term wordt als soortnaam beschouwd wanneer deze in het relevante gebied in het land waar de bescherming wordt aangevraagd de gewone naam is voor een soort product of dienst (en geen naam voor een specifiek product of een specifieke dienst). Met de term “eau de cologne” wordt tegenwoordig bijvoorbeeld een bepaald type reukwater bedoeld, ongeacht of dit is vervaardigd in het Duitse Keulen. Gelijkkluidende geografische aanduidingen zijn aanduidingen die hetzelfde klinken of hetzelfde worden geschreven, maar verwijzen naar

³⁷ Er bestaat in Griekenland geen gebied dat “Feta” heet, maar de aanduiding feta wordt door langdurig en consequent gebruik ervan sterk geassocieerd met het geografische gebied waar de kaas wordt geproduceerd.

³⁸ Cava wordt geproduceerd in Catalonië, Castilië en León, Aragón, Navarra, La Rioja, Extremadura en Valencia.

³⁹ Een typerend voorbeeld zijn de cartografische contouren van de Amerikaanse staat Florida voor sinaasappelen.

⁴⁰ TRIPs-overeenkomst, artikel 24, lid 6: “Geen enkele bepaling in deze titel verlangt van een Lid dat dit de bepalingen hiervan toepast met betrekking tot een geografische aanduiding van een ander Lid voor waren of diensten waarvan de desbetreffende aanduiding identiek is met de in de omgangstaal gebruikelijke term als soortnaam voor deze waren of diensten op het grondgebied van dat Lid. [...]”.

⁴¹ TRIPs-overeenkomst, artikel 24, lid 5: “Wanneer een handelsmerk te goeder trouw is aangevraagd of ingeschreven, of wanneer rechten op een handelsmerk door gebruik te goeder trouw zijn verworven [...] voordat de geografische aanduiding wordt beschermd in haar land van oorsprong [...] mogen maatregelen aangenomen ter toepassing van deze titel geen afbreuk doen aan de ontvankelijkheid of geldigheid van de inschrijving van een handelsmerk, of aan het recht een handelsmerk te gebruiken, op grond van het feit dat dit handelsmerk identiek is met of soortgelijk is aan een geografische aanduiding.”

⁴² TRIPs-overeenkomst, artikel 23, lid 3: “In het geval van gelijkkluidende geografische aanduidingen voor wijnen wordt aan elke aanduiding bescherming verleend, onverminderd artikel 22, vierde lid. Elk Lid stelt de praktische voorwaarden vast waaronder de gelijkkluidende aanduidingen in kwestie van elkaar zullen worden onderscheiden, met inachtneming van de noodzaak een billijke behandeling van de betrokken producenten te waarborgen en de consumenten niet te misleiden.”

TRIPs-overeenkomst, artikel 22, lid 4: “De bepalingen van het eerste, tweede en derde lid zijn van toepassing op een geografische aanduiding die, hoewel letterlijk juist wat betreft het grondgebied, de regio of de plaats waar de goederen hun oorsprong hebben, ten onrechte tegenover het publiek doet voorkomen dat de waren hun oorsprong hebben op een ander grondgebied.”

producten uit verschillende plaatsen in gewoonlijk verschillende landen. Er is in principe geen reden om deze niet naast elkaar te laten bestaan. Om misleiding van de consument te voorkomen, kunnen aan deze situatie voorwaarden worden verbonden.

Deze uitzonderingen zijn ook te vinden in de EU-verordeningen betreffende geografische aanduidingen voor landbouwproducten⁴³. De verordeningen bevatten ook andere uitzonderingen op de mogelijkheid om een naam te registreren, bijvoorbeeld wanneer een naam in conflict is met de naam van een planten- of dierenras en de consument daardoor kan worden misleid aangaande de werkelijke oorsprong van het product⁴⁴. Deze specifieke gevallen zijn voor niet-landbouwproducten waarschijnlijk niet relevant, maar toch moet worden bekeken of de specifieke kenmerken van niet-landbouwproducten rechtvaardigen dat nog meer uitzonderingen worden toegevoegd aan die in de TRIPs-overeenkomst.

Vraag:

15. Bent u van mening dat nog andere uitzonderingen op de bescherming van geografische aanduidingen moeten worden toegevoegd aan de uitzonderingen die in de TRIPs-overeenkomst zijn opgenomen? Licht uw antwoord toe.

2. Hoe moet de bescherming van geografische aanduidingen worden toegepast: een algemene of een sectorale aanpak?

Bij een sectorale aanpak worden voor verschillende categorieën producten specifieke voorschriften vastgesteld, bijvoorbeeld voor producten waarbij de aanwezigheid van ruwe materialen van bijzonder belang is (bijv. steen). Dit is momenteel op EU-niveau de structuur wat landbouwproducten betreft, met afzonderlijke verordeningen inzake geografische aanduidingen voor wijnen, gedistilleerde dranken, gearomatiseerde wijnen, landbouwproducten en levensmiddelen. De splitsing lijkt echter voornamelijk om historische redenen tot stand te zijn gekomen. Het alternatief is een algemene aanpak, waarbij de kernelementen van het stelsel in algemene termen worden vastgesteld en voor alle productcategorieën gelden.

Vragen:

16. Acht u het noodzakelijk om afzonderlijke beschermingsregelingen vast te stellen voor de diverse categorieën niet-landbouwproducten (bent u voor een sectorale aanpak)? Zo ja, waarom?

17. Meent u dat bepaalde producten zouden moeten worden uitgesloten van bescherming als geografische aanduiding op EU-niveau? Zo ja, geef aan welke.

3. Verband tussen product en gebied

3.1 Hoe sterk moet de band met het afgebakende gebied zijn?

De geografische aanduiding moet aangegeven dat een product van oorsprong is uit een specifiek gebied, een specifieke regio of een specifieke plaats, waarbij een bepaalde kwaliteit

⁴³ Bijvoorbeeld artikel 6, leden 1, 3 en 4, van Verordening (EU) nr. 1151/2012 inzake kwaliteitsregelingen voor landbouwproducten en levensmiddelen.

⁴⁴ Artikel 6, lid 2, van Verordening (EU) nr. 1151/2012 inzake kwaliteitsregelingen voor landbouwproducten en levensmiddelen.

of reputatie of een ander kenmerk van het product toe te schrijven is aan de geografische herkomst. Een geografische aanduiding wordt in het handelsverkeer gebruikt om een verband te leggen tussen de kwaliteit, de reputatie of andere kenmerken en de plaats van herkomst. Er moet een specifiek causaal verband zijn tussen de kwaliteit, reputatie of andere kenmerken en de aangeduide geografische herkomst, doordat deze eigenschappen toe te schrijven zijn aan de natuurlijke omstandigheden (specifieke geologische, hydrologische, bodem- en klimaateigenschappen) van de plaats van productie en/of aan de wijze waarop menselijke gemeenschappen daarmee omgaan (d.w.z. kennis die door de mensen in het gebied is ontwikkeld of bijzondere vaardigheden die plaatselijke experts in de loop van de tijd hebben ontwikkeld).

Dit natuurlijke verband kan verschillende vormen aannemen. Verordening (EU) nr. 1151/2012 van het Europees Parlement en de Raad van 21 november 2012 inzake kwaliteitsregelingen voor landbouwproducten en levensmiddelen⁴⁵ voorziet bijvoorbeeld in twee soorten labels voor landbouwproducten en levensmiddelen: beschermde oorsprongsbenamingen (BOB) en beschermde geografische aanduidingen (BGA). Het onderscheid wordt gemaakt op basis van de sterkte van het verband met het geografische gebied. Voor een BGA is vereist dat ten minste één van de productie-, verwerkings- of bereidingsstadia plaatsvindt in het gebied, terwijl de grondstof uit een ander gebied afkomstig mag zijn. Voor een BOB is vereist dat het hele productieproces plaatsvindt in het afgebakende geografische gebied en dat de grondstoffen uit datzelfde gebied afkomstig zijn. Het natuurlijke verband moet nog sterker zijn in de wijnsector, op basis van het strikt gedefinieerde begrip “*terroir*”⁴⁶: voor zowel BOB als BGA moeten alle productiestadia in het afgebakende geografische gebied plaatsvinden. Voor een BOB moeten de druiven voor 100% afkomstig zijn uit dat gebied, en voor een BGA 85% of meer.

Het verband met een geografische locatie kan ook gelden voor andere dan landbouwproducten. In sommige gevallen, zoals bij marmer en steensoorten, is dat verband vergelijkbaar met dat voor landbouwproducten. Daarvoor zouden dezelfde variabelen gelden als hierboven aangegeven. Het principe is dat hoe sterker het verband is, des te geloofwaardiger en authentieker het product is in het oog van de consument. Bepaalde geografische aanduidingen kunnen echter volledig gebaseerd zijn op menselijke factoren in plaats van op natuurlijke omstandigheden, of op reputatie. Als dezelfde criteria zouden worden toegepast als voor landbouwproducten, zouden volgens de studie slechts weinig niet-landbouwproducten aan de strikte BOB-eisen voldoen⁴⁷.

Vragen:

18. Hoe sterk moet het verband zijn tussen een niet-landbouwproduct en de plaats van herkomst om in het kader van een nieuw stelsel voor bescherming van de geografische aanduiding in aanmerking te komen?
19. Moet een nieuw stelsel voorzien in twee soorten verband (een sterker en een minder sterk verband) tussen een niet-landbouwproduct en het gebied van herkomst?
20. Moet wat dat betreft een onderscheid worden gemaakt tussen verschillende producttypen? Licht uw antwoord toe.

⁴⁵ PB L 343 van 14.12.2012, blz. 1.

⁴⁶ *Terroir* is een begrip uit de wijnbouw dat een verband legt tussen de eigenschappen van een wijn en de milieuomstandigheden waaronder de druiven zijn geteeld.

⁴⁷ De studie, blz. 298.

3.2 Kwaliteit en productdossier

Een geografische aanduiding is allereerst een kwaliteitsverbintenis jegens de consument en een waarborg dat voor alle producenten gelijke voorwaarden gelden. Een stelsel ter bescherming van geografische aanduidingen vereist daarom dat de specifieke kerneigenschappen van een product en het productieproces worden vastgesteld. Op grond van de EU-wetgeving betreffende geografische aanduidingen voor landbouwproducten moet alle technische informatie die noodzakelijk is om het product, de productiemethode en het geografische gebied te beschrijven, door de producenten worden aangeleverd bij de indiening van de registratieaanvraag. Het productdossier is een beslissende factor bij de registratie voor de bescherming van een geografische aanduiding.

Dat de kenmerken van het product moeten worden beschreven, waarborgt een stabiele productkwaliteit, maar zorgt niet voor een bepaald kwaliteitsniveau. Daarvoor is het noodzakelijk een minimaal kwaliteitsniveau verplicht te stellen. Het kan echter zijn dat een zinvolle kwaliteitsbenchmark niet voor alle producten goed functioneert en dat om een bepaald kwaliteitsniveau te verkrijgen een zekere beslissingsvrijheid vereist is.

De toegevoegde waarde van geografische aanduidingen stoelt op het vertrouwen van de consument. Een regeling voor geografische aanduidingen moet de consument de garantie bieden dat de specifieke kenmerken, kwaliteit of reputatie van een product worden gehandhaafd zolang het product beschermd is. Om dat te bereiken, voorziet het EU-stelsel voor geografische aanduidingen voor landbouwproducten in tal van controles, ook na de registratie. Die controles moeten waarborgen dat de producten aan het productdossier blijven voldoen en dat de naam in het handelsverkeer volgens de regels wordt gebruikt. Deze controles worden doorgaans uitgevoerd door een aangewezen overheidsinstantie of een geselecteerde en gecertificeerde particuliere instantie. De specifieke kenmerken en kwaliteit mogen echter niet al te restrictief worden geformuleerd. Een al te gedetailleerde beschrijving belemmert productinnovatie. Hoewel traditionele producten niet erg vaak veranderen, worden zij wel aangepast aan ontwikkelingen van processen en technologie. De nadruk moet liggen op kwaliteit en een wisselwerking tussen creativiteit en traditionele kennis moet mogelijk zijn. De ontwerper Carlo Scarpa werkte bijvoorbeeld in de jaren veertig van de twintigste eeuw nauw samen met meester Glasblazers om baanbrekende nieuwe technieken te ontwikkelen die nu een volledig geaccepteerde plaats hebben in de traditie van Vetro di Murano (glaswerk).

Vragen:

21. Is een kwaliteitsbenchmark voor niet-landbouwproducten zinvol?
22. Hoe zou een dergelijke benchmark kunnen worden vastgesteld?
23. Bent u het ermee eens dat moet worden gecontroleerd of de specifieke kenmerken, kwaliteit en reputatie van een product gehandhaafd blijven zolang het product beschermd is? Licht uw antwoord toe.
24. Hoe moeten volgens u de specifieke kenmerken van een product worden vastgesteld om te waarborgen dat de kwaliteit en de geografische oorsprong aan de vereiste normen voldoen, zonder dat innovatie wordt belemmerd?

3.3 Reputatie van het product

Een reputatie die aan de geografische oorsprong kan worden toegeschreven, kan als criterium worden gebruikt naast of als aanvulling op een bijzondere kwaliteit of intrinsiek kenmerk van het product. Daarmee zou bescherming van de geografische aanduiding alleen kunnen worden

geboden aan producten die bij de consument al een erkende reputatie hebben. Dat zou echter een nadeel vormen voor nieuwe of in ontwikkeling zijnde producten, die per definitie nog geen reputatie hebben.

Vragen:

25. Moeten “kwaliteit, reputatie en andere kenmerken” vereist zijn om bescherming te krijgen voor de geografische aanduiding voor niet-landbouwproducten? Als u niet al deze punten noodzakelijk acht, welke wilt u dan verplicht stellen? Licht uw keuze toe.
26. Wat moet er in het productdossier zijn opgenomen? Moeten er minimumeisen worden gesteld? (bijvoorbeeld ten aanzien van de frequentie van de toetsing, de methode voor de selectie van producten en de betrokkenen bij de verschillende productie- en distributiestadia)

4. Verbetering van de bescherming

4.1 Harmonisatie van de nationale wetgevingen

Als de nationale wetgevingen inzake geografische aanduidingen worden geharmoniseerd, zou dat betekenen dat landen die nog geen stelsel voor de bescherming van geografische aanduidingen kennen, zo'n stelsel zouden moeten invoeren. Geografische aanduidingen kunnen alleen doeltreffend worden beschermd als een bepaalde aanduiding op de hele interne markt wordt beschermd. Anders kan er voor de consument verwarring ontstaan door identieke geografische aanduidingen voor verschillende producten uit verschillende lidstaten.

Voor harmonisatie is derhalve wederzijdse erkenning en bescherming van geografische aanduidingen vereist, zodat overlappingsen worden uitgesloten. Om overlapping te voorkomen, moeten de lidstaten mogelijk conflicterende geografische aanduidingen kunnen opsporen, ook wanneer er sprake is van andere talen. Dat zou niet eenvoudig zijn, vooral als er geen supranationaal proces bestaat om bezwaar te maken. Ook zou er een mechanisme moeten komen om conflicten tussen op elkaar lijkende aanduidingen uit verschillende lidstaten op te lossen.

Om een uniforme aanpak van de uitvoering en handhaving van de bescherming van geografische aanduidingen te garanderen, moeten de procedures relatief sterk zijn geharmoniseerd, ook wat de handhaving betreft. Deze optie is voor het landbouwbeleid overwogen, maar afgewezen. Voor die sector is door middel van verordeningen een stelsel voor de bescherming op EU-niveau ingevoerd.

4.2 Invoering van één stelsel voor de hele EU

In plaats van de nationale wetgeving van de EU-lidstaten te harmoniseren, kan er één stelsel voor de hele EU worden ingevoerd. Daarmee zou er voor de hele interne markt één samenhangend stelsel komen met betere dienstverlening, zodat door één aanvraag in te dienen een geografische aanduiding in de hele EU kan worden beschermd.

Als zo'n stelsel wordt ingevoerd, blijft de vraag of de bestaande nationale stelsels naast het nieuwe EU-stelsel zouden kunnen blijven bestaan. Parallele stelsels bestaan bijvoorbeeld voor handelsmerken en zullen in de toekomst bestaan voor octrooien. Deze stelsel werken op basis van een toolbox waarmee de gebruikers volgens hun behoeften het niveau en de reikwijdte van de bescherming kunnen kiezen.

Een exclusief EU-stelsel is het eenvoudigste, maar dat zou ook betekenen dat een naam die slechts in één lidstaat of regio binnen een lidstaat commercieel relevant is, niettemin in alle andere lidstaten ook moet worden beschermd.

Als parallelle stelsels blijven bestaan, moet in bepaalde waarborgen worden voorzien om een en ander soepel te laten functioneren, zoals een zekere mate van harmonisatie van de nationale wetgevingen voor wat de wisselwerking met het EU-recht betreft.

Potentiële problemen kunnen voorkomen worden door invoering van een exclusief EU-stelsel dat alle gevallen dekt, zoals het stelsel dat momenteel in de landbouwsector bestaat. Omdat er dan geen EU-brede bescherming op nationaal niveau wordt verleend, zouden er overgangsregelingen moeten komen voor reeds bestaande nationale geografische aanduidingen.

Vragen:

27. Acht u harmonisatie van de nationale wetgevingen voldoende om geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten op de hele interne markt afdoende te beschermen, of bent u van mening dat er één EU-breed beschermingsstelsel moet komen?
28. Als u voor een EU-stelsel bent, moeten de nationale stelsels (de huidige specifieke nationale wetten) dan ook blijven bestaan? Licht uw antwoord toe.

5. Registratie

In beginsel kunnen geografische aanduidingen worden beschermd zonder verplichte registratie. Als er geen registratie is, hoeven er ook geen administratieve procedures te worden ingevoerd om de bescherming te verlenen. Stelsels waarbij geografische aanduidingen worden beschermd zonder registratie bestaan in Letland en daarnaast ook in Zwitserland. De wetgeving voorziet daarbij in specifieke maatregelen en sancties om de consument te beschermen tegen misleidend gebruik van niet-geregistreerde geografische aanduidingen.

Zonder registratiesysteem is er geen openbaar register waarin kan worden gezocht naar al bestaande geografische aanduidingen en de rechthebbenden op de desbetreffende naam. Dat kan tot onzekerheid leiden over de vraag of en in hoeverre een naam is beschermd. Ook de handhaving wordt hierdoor bemoeilijkt. Een registratieregeling op EU-niveau zou kunnen worden gemodelleerd naar het stelsel voor geografische aanduidingen voor landbouwproducten, dat al een EU-registratieregeling kent. Dat zou bij geschillen meer zekerheid bieden, met name wat de implementatierechten betreft. In een stelsel met een registratieregeling moeten bedrijven uiteraard administratieve handelingen verrichten, zoals indiening van aanvragen, bezwaarschriften, inning van leges e.d. Dat leidt tot bepaalde administratieve kosten. Extra kosten worden ook veroorzaakt door het beheer van een toegekende geografische aanduiding (bijv. in verband met handhaving, gerechtelijke stappen).

5.1 Rol van de nationale overheden bij een EU-registratieregeling

Als tot een registratieregeling wordt besloten, dan moet over de opzet van het registratieproces worden nagedacht. Aanvragen voor de registratie van geografische aanduidingen moeten worden beoordeeld met inachtneming van de plaatselijke context (waarvoor kennis van onder meer de plaatselijke ruwe materialen en de plaatselijke tradities vereist is). Het kan problemen geven als deze taken uitsluitend aan één centraal EU-orgaan worden toevertrouwd. Als het aan plaatselijke experts wordt overgelaten om de voorwaarden

voor de toekenning van de bescherming te beoordelen, dat bestaat het risico dat er afwijkende plaatselijke praktijken ontstaan. Dat zou afbreuk doen aan de samenhang en de geloofwaardigheid van het stelsel.

Voor landbouwproducten is dit probleem opgelost met een tweetrapsstelsel waarbij de centrale autoriteit dit aspect van het onderzoek toevertrouwt aan de nationale autoriteiten voor welke de desbetreffende geografische omgeving en menselijke factoren het meest nabij zijn. Bij dit model wordt een duidelijke onderscheid gemaakt tussen de gemeenschappelijke EU-brede criteria, die door de centrale autoriteit worden geverifieerd, en de plaatselijke specifieke kenmerken, die door instanties ter plaatse worden beoordeeld.

5.2 Beheer van het EU-register

Voor landbouwproducten wordt het EU-register momenteel beheerd door de Europese Commissie. Een register voor geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten zou op soortgelijke wijze kunnen worden beheerd, of door een nieuw of bestaand EU-agentschap.

Vragen:

29. Als er een nieuw stelsel wordt opgezet, vindt u dan dat er voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten een registratieregeling moet komen?
30. Denkt u dat de potentiële kosten van een systeem voor de registratie van geografische aanduidingen hoger zijn dan de kosten van een systeem zonder registratie van die geografische aanduidingen?
31. Bent u van mening dat het registratieproces een nationaal element moet omvatten, bijvoorbeeld voor de controle op de naleving van het productdossier, de aanduiding van het geografische gebied, de kwaliteit, de reputatie e.d.?

5.3 Inhoud van het proces

5.3.1 Aanvragers

Als er een proces wordt opgezet voor de registratie van geografische aanduidingen op EU-niveau, moet allereerst worden bepaald wie een beschermingsaanvraag mag indienen.

Bij het huidige EU-stelsel van geografische aanduidingen voor landbouwproducten geldt de regel dat aanvragen voor de registratie van een geografische benaming binnen of buiten de EU mogen worden ingediend door een groep producenten (of in uitzonderlijke gevallen door één producent). Er is geen reden om voor niet-landbouwproducten een andere benadering te volgen.

De resultaten van de studie vermelden echter dat in sommige lidstaten ook kamers van koophandel, plaatselijke gemeenschappen, overheidsinstanties of consumentenorganisaties om bescherming van een geografische aanduiding mogen verzoeken⁴⁸. Als ook consumentenorganisaties en overheidsinstanties een aanvraag voor bescherming van een geografische aanduiding mogen indienen, kan dat het kwaliteitsaspect van het productdossier

⁴⁸ De studie, blz. 302.

versterken. De producenten moeten echter nauw betrokken blijven bij het opstellen van de regels die voor hun productieproces zullen gelden⁴⁹.

Vragen:

32. Als er een nieuw stelsel wordt ingevoerd, moeten producenten en producentenorganisaties dan de enigen zijn die geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten mogen registreren, of moeten ook andere entiteiten een aanvraag kunnen indienen? Zo ja, welke?
33. Moeten afzonderlijke producenten een aanvraag kunnen indienen?

5.3.2 Bezwaar tegen de registratie van een geografische aanduiding

Ter bevordering van de geloofwaardigheid en rechtszekerheid van het stelsel lijkt het wenselijk dat belanghebbenden bezwaar kunnen maken tegen de registratie van een label als geografische aanduiding. De bezwaarprocedure zou ten eerste kunnen waarborgen dat de geografische aanduiding aan de voorwaarden voldoet (bijvoorbeeld dat het niet om een soortnaam gaat) en dat de beoogde bescherming geen afbreuk doet aan bestaande rechten (bijvoorbeeld gelijkkluidende geografische aanduidingen of handelsmerken). Volgens de huidige landbouwwetgeving van de EU kunnen bezwaarschriften worden ingediend door autoriteiten van lidstaten of derde landen, natuurlijke personen of rechtspersonen met een rechtmatig belang die in een derde land zijn gevestigd, en natuurlijke personen of rechtspersonen die in een andere lidstaat wonen of gevestigd zijn dan die waar de aanvraag tot bescherming is ingediend⁵⁰.

Vraag:

34. Als er een nieuw stelsel wordt ingevoerd, vindt u dan dat de mogelijkheid moet bestaan om bezwaar te maken, en moet dat mogelijk zijn voor dezelfde belanghebbenden als die welke in de voorschriften voor geografische aanduidingen voor landbouwproducten worden genoemd?

5.3.3 Leges

In de meeste landen worden kosten aangerekend voor de registratie van handelsmerken en octrooien. De studie vermeldt dat negen lidstaten leges heffen voor de registratie van geografische aanduidingen⁵¹, en nu Kroatië is toetreden, zijn dat er tien. De heffing van leges kan bijdragen tot de dekking van de kosten van het beheer van de registratie van geografische aanduidingen en er mede voor zorgen dat registratieaanvragen tot serieuze en solide projecten beperkt worden. Anderzijds kunnen leges met name kleine producentengroepen ervan weerhouden van het stelsel gebruik te maken. De registratie van een geografische aanduiding voor landbouwproducten is op EU-niveau momenteel kosteloos⁵².

⁴⁹ *Ibid*, blz. 303.

⁵⁰ Artikel 51, lid 1, van Verordening (EU) nr. 1151/2012 inzake kwaliteitsregelingen voor landbouwproducten en levensmiddelen.

⁵¹ Zie bijlage I bij de studie.

⁵² Voor landbouwproducten en levensmiddelen mogen de lidstaten leges heffen ter dekking van de kosten die zij maken om het systeem op hun niveau te beheren (artikel 47 van Verordening (EU) nr. 1151/2012).

Vragen:

35. Bent u van mening dat voor de registratie van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten op EU-niveau leges moeten worden geheven?
36. Welk bedrag acht u daarvoor billijk?

6. Reikwijdte van de bescherming

6.1 Geboden beschermingsniveau

Willen de beoogde resultaten worden bereikt, dan moet de geboden rechtsbescherming passende bescherming bieden tegen een groot aantal gedragingen en praktijken die de houder van de geografische aanduiding en de consument schade kunnen toebrengen. De bescherming mag echter geen onterechte belemmering van de mededinging in de interne markt inhouden.

De TRIPS-overeenkomst voorziet in twee soorten bescherming: een algemene regeling waarbij minimumnormen voor de bescherming van alle soorten producten worden vastgesteld (artikel 22) en een specifieke regeling waarbij, uitsluitend voor wijnen en gedistilleerde dranken, een hoger beschermingsniveau wordt vastgesteld (artikel 23)

Artikel 22 van de TRIPS-overeenkomst formuleert voor de WTO-leden een algemene verplichting om bescherming te bieden tegen misleidend gebruik van een geografische aanduiding en gebruik dat een daad van oneerlijke mededinging vormt. De EU verleent aan geografische aanduidingen voor landbouwproducten al een veel hoger beschermingsniveau. Als er een nieuw stelsel voor niet-landbouwproducten wordt ontwikkeld, zou een andere behandeling voor die producten dan ook moeilijk te rechtvaardigen zijn. Dat zou bovendien afbreuk kunnen doen aan de strategie van de EU om in derde landen betere bescherming te krijgen voor geografische aanduidingen van de EU.

Artikel 23 biedt echter een veel hoger beschermingsniveau: de WTO-leden moeten elk gebruik van een geografische aanduiding voor wijnen of spiritueliën voorkomen als die wijnen of spiritueliën niet van oorsprong zijn uit de aangeduide plaats, ook als de werkelijke oorsprong van de producten is vermeld of de geografische aanduiding wordt gebruikt in vertaling of vergezeld gaat van uitdrukkingen zoals “soort”, “type”, “stijl”, “imitatie” en dergelijke. Wijnen en gedistilleerde dranken moeten ook worden beschermd als het misbruik voor het publiek niet misleidend is.

Een dergelijk hoger beschermingsniveau zou de producenten van niet-landbouwproducten met een geografische aanduiding aanzienlijke voordelen bieden. Zij zouden dan ook beschermd worden tegen gebruik van de naam wanneer die is vertaald in de officiële talen van de EU of vergezeld gaat van uitdrukkingen zoals “soort” of “type”. Dat vergroot echter het risico op geschillen tussen producenten, in verband met niet alleen conflicterend gebruik van een geografische aanduiding, maar ook het gebruik in vertalingen en bepaalde uitdrukkingen.

Vragen:

37. Hoe ver moet de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten in de EU naar uw mening reiken?
38. Moet de aan geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten geboden bescherming in overeenstemming zijn met de waarborgen die op EU-niveau voor landbouwproducten worden geboden? Zo ja, in welke mate?

6.2 Monitoring en handhaving van rechten op geografische aanduidingen

Geografische aanduidingen zijn juridisch gezien een bijzonder type intellectuele-eigendomsrechten. Zij vormen namelijk niet primair een afzonderlijke particuliere eigendom, maar behoren toe aan een gemeenschap van producenten die vooraf gedefinieerde productdossiers uitvoeren en een band hebben met een geografische locatie. Geografische aanduidingen kunnen ook bepaalde waarden omvatten die voor de hele gemeenschap essentieel zijn, bijvoorbeeld plaatselijke tradities en plaatselijk cultureel erfgoed. Overheden steunen de plaatselijke producenten van producten met een beschermde geografische aanduiding daarom vaak bij de monitoring en handhaving van hun rechten. De EU heeft bijvoorbeeld ambtshalve de bescherming van geografische aanduidingen voor landbouwproducten geregeld, waarbij overheden tot taak hebben een regeling op te zetten om de naleving van de wettelijke voorschriften te controleren en de soepele werking van het stelsel te garanderen. Invoering van een soortgelijk systeem voor niet-landbouwproducten zou echter tot meer werk en meer kosten leiden voor de overheidsinstanties.

Vraag:

39. Waar gaat uw voorkeur naar uit wat betreft het systeem voor monitoring en handhaving van de rechten op geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten: particuliere sector, overheid of een combinatie daarvan? Licht uw antwoord toe en houd in uw toelichting ook rekening met de effectiviteit en de kosten van maatregelen om rechten te handhaven.

6.3 Duur van de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten

Wat sommige intellectuele-eigendomsrechten betreft, zoals octrooien en ontwerpen, is het voor de samenleving nadelig als een monopolie gedurende zeer lange tijd wordt gehandhaafd. De wettelijke bescherming van die rechten is daarom in de tijd beperkt. Dit lijkt niet het geval te zijn voor handelsmerken en bepaalde beschermde geografische aanduidingen. Geregistreerde Gemeenschapsmerken zijn bijvoorbeeld tien jaar geldig vanaf de datum van indiening van de aanvraag en kunnen vervolgens steeds met perioden van tien jaar worden verlengd. De uniforme bescherming van geografische aanduidingen blijft voor onbepaalde tijd van kracht, zonder dat verlenging nodig is. Het doel daarvan is de instandhouding van erfgoed, tradities en kennis op regionaal/plaatselijk niveau. De meeste lidstaten die een eigen specifiek stelsel voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten kennen, bieden eveneens bescherming voor onbepaalde tijd zonder dat verlenging nodig is.

Vraag:

40. Moet de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten naar uw mening voor onbepaalde tijd van kracht blijven, of dient deze beperkt te zijn in de tijd, met mogelijkheid tot verlenging? Als u voorstander bent van een beperkte geldigheidsduur, hoe lang moet deze dan zijn?

7. Na de registratie

7.1 Intrekking van de bescherming

Er kunnen omstandigheden zijn waarin een eind moet worden gemaakt aan de bescherming, ook als de geografische aanduiding voor onbepaalde tijd is beschermd of de geldigheidsduur van de bescherming nog niet is verlopen. Net als bij de geografische aanduidingen voor landbouwproducten kan dit het geval zijn wanneer producten niet meer voldoen aan het vastgestelde productdossier of als er voor een bepaalde geografische aanduiding al geruime tijd geen producten meer op de markt zijn gebracht⁵³. De intrekkingprocedure kan worden beheerd door de instantie die ook voor de registratie verantwoordelijk is, of rechtstreeks door een rechtbank. Dit proces biedt een extra controlekans en draagt bij tot de algehele geloofwaardigheid van het eventueel in te voeren stelsel. Het kan echter ook leiden tot onzekerheid voor houders van de rechten en tot meerkosten voor de instantie die ermee is belast.

Vragen:

41. Bent u van mening dat het mogelijk moet zijn een reeds geregistreerde geografische aanduiding in te trekken?
42. Zo ja, wie moet dan gerechtigd zijn om daartoe een aanvraag in te dienen?
43. Als er een nieuw stelsel wordt ingevoerd, vindt u dan dat er een intrekkingprocedure moet komen, met dezelfde voorwaarden als die welke voor geografische aanduidingen voor landbouwproducten gelden?

7.2 Mogelijke conflicten tussen geografische aanduidingen en handelsmerken

Om rechtsonzekerheid en verwarring ten aanzien van conflicterende namen te voorkomen, moet de relatie tussen het mogelijke stelsel van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten en het merkenrecht duidelijk worden vastgelegd.

Het algemene beginsel van het recht inzake intellectuele eigendom, dat van toepassing is op handelsmerken, ontwerpen, octrooien enz., is dat het oudste recht prevaleert. Toepassing van dit beginsel op de relatie tussen handelsmerken en geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten kan het stelsel in zijn geheel vereenvoudigen.

Het stelsel van uniforme bescherming van geografische aanduidingen voor landbouwproducten bevat specifieke bepalingen over de relatie tussen geografische aanduidingen en handelsmerken. Deze zijn als volgt:

⁵³ Artikel 54 van Verordening (EU) nr. 1151/2012.

- a) de reputatie van een bestaand handelsmerk kan de registratie van een geografische aanduiding verhinderen, indien de registratie van de geografische aanduiding consumenten kan misleiden aangaande de werkelijke identiteit van het product;
- b) handelsmerken waarvoor dit niet geldt en die te goeder trouw zijn gedeponeerd, zijn ingeschreven of door gebruik rechten hebben verworven vóór de datum waarop de aanvraag voor de registratie van een geografische aanduiding op EU-niveau is ingediend, moeten naast de geregistreerde geografische aanduiding kunnen blijven bestaan,
- c) een handelsmerk kan niet worden ingeschreven als de inschrijving wordt aangevraagd nadat de geografische aanduiding is geregistreerd, indien de inschrijving zou conflicteren met de aan de geografische aanduiding toegekende bescherming. In dat geval moeten de Europese merkenbureaus de inschrijving van het handelsmerk ambtshalve weigeren.

Omwille van de duidelijkheid en de consistentie op EU-niveau kan worden gesteld dat dezelfde regels zouden moeten gelden voor de bescherming van geografische aanduidingen voor niet-landbouwproducten.

Vragen:

- 44. Bent u van mening dat voor geografische aanduidingen en handelsmerken het beginsel moet gelden dat het oudste recht prevaleert?
- 45. Moeten geografische aanduidingen in bepaalde omstandigheden prevaleren boven handelsmerken? Licht uw antwoord toe.

Conclusie

Alle belangstellenden wordt verzocht opmerkingen in te dienen over de vraagstukken die in dit groenboek aan de orde komen, door antwoord te geven op de specifieke vragen die worden gesteld. Antwoorden kunnen tot 28 oktober 2014 per e-mail worden gezonden aan het volgende adres van de Commissie: MARKT-CONSULTATION-GIs@ec.europa.eu.

De ontvangen antwoorden worden gepubliceerd op de website van het directoraat-generaal Interne markt en diensten, tenzij u daartegen bezwaar maakt. Lees de specifieke privacyverklaring bij dit raadplegingsdocument voor meer informatie over de verwerking van uw persoonlijke gegevens en uw bijdrage.