



**БЪЛГАРСКА СТОПАНСКА КАМАРА**

[WWW.BIA-BG.COM](http://WWW.BIA-BG.COM)

# **ГЕОГРАФСКИ ОЗНАЧЕНИЯ (ГО)**

Ръководство изготвено от БСК - март 2005 г. със съдействието на СТМ –  
МТЦ – Женева

Manual prepared by BIA in March 2005 with the assistance of the World Trade  
Network, ITC - Geneva



<b>СЪДЪРЖАНИЕ</b>	<b>страница</b>	<b>CONTENT</b>	<b>pages</b>
Географски означения	3 - 20	Geographical Indications (GIs)	3 - 20
Споразумение за свързаните с търговията аспекти на правата върху интелектуалната собственост	21 - 26	Agreement on Trade-related aspects of Intellectual property rights	21 - 26
Закон за марките и географските означения	27 -47	Law on Trademarks and GIs	27 - 47
Наредба за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на марки и географски означения	48 - 56	Regulation for drawing up, submission and expertise of applications for registration of trademarks and geographical indications	48 - 56
Тарифи – марки и географски означения	57 - 58	Tariffs – trademarks and GIs	57 - 58
Заявка за регистрация	59 -60	Application for registration	59 - 60
Заявка за вписване на ползвател	61 - 62	Application for user entry	61 - 62
Рискови географските означения	63 - 68	GIs in jeopardy	63 - 68
Статия на Института за потенциални технологични изследвания	69 - 80	Article IPTS – Institute for Prospective Technological Studies	69 - 80
СТО – Преговори за създаването на многостранен регистър на географските означения на вината и алкохолните напитки	81 - 125	WTO Negotiations on the establishment of a multilateral register for GIs of wines and spirits	81 - 125
Организация за мрежа от международни географски означения – Прес информация	126 - 128	ORIGIN Press Release	126 - 128

## **ГЕОГРАФСКИ ОЗНАЧЕНИЯ**

## 1. УВОД

Глобалният пазар е пренаселен с продукти и доставчици. За да се привличат потребители, малките и средни предприятия (МСП) трябва да предлагат различни и уникални продукти. Нововъведенията, съзидателността, знанието стават ключови елементи на фирмената конкурентноспособност. Необходимо е МСП ефективно да управляват и защитават тези свои преимущества и чрез правата на интелектуалната собственост. Тези техни права на национално, европейско и световно ниво позволяват да се отличават техните продукти от тези на конкурентите и да запазват фирмената уникалност чрез търговски марки и полезни модели, дизайн, патенти, географски означения и други. Планирането на продажбите на българския, европейския или световния пазар включва защита на собствените права на интелектуална собственост и ненарушаване на чужди такива права. Незнанието и/или пренебрегването на това изискване може да доведе до значителни проблеми.

В днешният свят е бързо, лесно и евтино да се пренасят продукти, информация, хора и да се разпространяват знание и идеи. Оцеляването, развитието и най-вече успеха вече се свързват с три критични компонента – качество, цена и услуга.

Активите на една фирма се делят на материални и нематериални активи. Материалните са сгради, машини, инфраструктура, финансови средства. Нематериалните са човешкия капитал, бизнес стратегията, патенти, търговски марки, географски означения и др. Пазарната значимост на нематериалните активи и в частност правата на интелектуална собственост. Има различни правни инструменти за защита на интелектуалната собственост. Новите продукти и процеси могат да бъдат защитени с патенти или полезни модели. Новите модели в модата могат да бъдат защитени чрез правата на промишления дизайн. Гарантираното качество, дължащо се на конкретна географска област, се защитава чрез географско означение за произход. Правата на интелектуална собственост се подразделят на индустриална собственост, авторски и сродни права и фирмена търговска тайна. Има различни правни инструменти за защита на интелектуалната собственост. Новите продукти и процеси могат да бъдат защитени с патенти или полезни модели. Новите модели в модата могат да бъдат защитени чрез правата на промишления дизайн. Гарантираното качество, дължащо се на конкретна географска област, се защитава чрез географско означение. Под географско означение се разбира наименование за произход и географско указание

Много често МСП допускат съществени грешки свързани с правата на интелектуална собственост. Между тях са:

1. Допускат, че правата са универсални и световно валидни. Обикновено техните права имат ограничено национално действие, нямат европейска и/или световна защита.
2. Не правят своевременни постъпки пред Патентното ведомство за защита на своите права на експортния пазар. Така практически се дава възможност на конкурентите безнаказано да Ви копират.
3. Нарушават се правата на други фирми. Произвежда се продукт, за който би трябвало да се притежава разрешение от фирмата създател. Прави се износ и митницата спира доставката още на границата, защото не е направена предварителна проверка за това.

4. Разкрива се предварително и без съответните клаузи в договора нововъведенията във Вашия продукт. Вашият купувач или дистрибутор може да се възползва от това без да има правни или икономически последици за него.
5. Използва се търговска марка неотговаряща на местната култура и среда и така сами си затварят пазара, вместо да направят предварително проучване.

Грешките могат да се избегнат само чрез предварително проучване и планиране. Развитието изисква активна позиция и делово застъпничество (“business advocacy”) Затова предлагаме информация, която се надяваме че ще Ви бъде полезна.

## **II. Въведение в географските означения**

### **II.1.Какво е географско означение (ГО)?**

Географски означения - Geographical indications (GIs) са отличителни знаци, които свързват стоките, притежаващи специфични качества или репутация, с мястото или района на производство (например: Рокфорт-Roquefort, Текила-Tequila, Бордо - Bordeaux, ножове Солинген-Solingen cutlery и др.) По този начин те улесняват идентифицирането и отличаването на тези стоки на пазара.

Географските означения се различават от указанията за местопроизводство на стоките, които са само индикации показващи, че продукта е от конкретна географска област (например: произведено във Франция, продукт на САЩ) и не носят функция свързана с “качеството”.

Както и търговските марки, така и географските означения се използват за идентификацията на продукти. Основната функция на тези две права на интелектуална собственост обаче се различава. Търговската марка подчертава производителя/ създателя на продукта, докато при географското означение се поставя ударение върху географската област на произход на стоката и характеристиките / спецификите, произтичащи от това място.

Географските означения се използват предимно във връзка със селскостопански и хранителни и занаятчийски продукти.

Според българското законодателство географските означения се състоят от наименование за произход и географски указания (PDO и PGI).

### **II.2.Защо производителите се интересуват от ГО?**

ГО са важен маркетингов инструмент за производителите. ГО се свързват с конкретната област от която произхождат и като такива допринасят за социално - икономическата динамика на много региони в света. Те също създават и поддържат работни места и поощряват разнообразието в производството. Те позволяват ползвателите и производителите да се посветят на търговското представяне на традиционни продукти в отговор на търсенето на насочени към качеството потребители.

ГО допринасят за запазване на природните ресурси и запазване на местните традиции и културно наследство често идващо от вековете.

Като такива ГО са важни за притежателите и производителите от целия свят и по-специално тези от развиващите се страни, които се нуждаят от средства за

пускане на продукти на пазара, които лесно се различават и отличават чрез техния географски произход.

### II.3. Как са защитени географските означения на международно ниво?

Поради своята достъпност и брой на страните членки споразумението TRIPS (споразумение за свързаните с търговията права на интелектуална собственост - an agreement on trade related intellectual property rights) на СТО (Световната търговска организация) от 1994 е сега основния международен инструмент за запазване и защита на ГО. България е страна по споразумението от 1 декември 1996 г. Българският текст е достъпен от [http://www.mi.government.bg/eng/trade/multi/pdf/19\\_Prilojenie%201W\\_TRIPS.pdf](http://www.mi.government.bg/eng/trade/multi/pdf/19_Prilojenie%201W_TRIPS.pdf).

TRIPS внася нови измерения както в международната търговия, така и в международната закрила на индустриалната собственост, каквито са географските указания. Споразумението задължава страните членки на СТО да въведат мерки в националното си законодателство, които да гарантират определена защита на географските указания.

Съгласно Споразумението, нарушаване на правата на ползвателите на географските означения има, когато в означението или представянето на дадена стока, се показва или загатва, че въпросната стока произхожда от географски район, различен от истинското ѝ място на произход, по начин, **който заблуждава обществеността относно географския произход на стоката**. Това е т.нар. **първо ниво** на защита на географските означения, от което се ползват всички продукти.

**Допълнителна защита**, но само за вината и спиртните напитки, е предвидена в член 23 от Споразумението, според който за такива стоки, **дори когато е посочен истинският им произход, не се разрешава да се ползват надписи, съдържащи друго географско указание или изрази като "вид", "тип", "стил", "имитация"** и пр.

Това споразумение представя две нива на защита: Основна защита посочена в член 22 за всички продукти, които са определени с акт срещу подвеждане на обществото или нелоялна конкуренция; и допълнителна защита посочена в член 23 само за вината и спиртните напитки, която предпазва от неправилна употреба на ГО за тези продукти.

#### Изключения на споразумението TRIPS при защита на ГО (PDO и PGI).?:

Споразумението TRIPS изброява редица изключения при защита на географски означения като добросъвестна продължителна употреба и употреба на географски означения станали родови понятия.

#### Член 24 на споразумението TRIPS изброява пет изключения:

1. Нищо в този раздел не изисква страна членка да предотвратява продължителното и сходно използване на конкретно географско означение на друга страна членка относно произхода на вина или алкохолни напитки във връзка със стоките или услугите на някой от нейните юридически или физически лица или постоянните ѝ жители, използвали продължително това географско указание е относно същите или подобни стоки или услуги на територията на тази страна членка: (a) най-малко 10 години преди 15 април 1994 г.; или (б) добросъвестно преди тази дата;

2. Когато една търговска марка е заявена или регистрирана добросъвестно или когато правата за една търговска марка са придобити добросъвестно или: (а) преди датата на прилагане на тези разпоредби в тази страна членка, както е означено в Част VI, или (б) преди географското означение да е поставено под закрила в страната на произхода му, приетите мерки за изпълнение на този раздел не накърняват правото за регистриране или валидността на регистрацията на дадена търговска марка или правото да се използва търговската марка въз основа на това, че такава търговска марка е идентична или сходна с дадено географско означение;
3. Нищо в този раздел не изисква една страна членка да прилага разпоредбите му относно географско означение на друга страна членка във връзка със стоки или услуги, за които съответното означение е идентично с термина “обичайно”, използван в обикновения език като често срещано име за такива стоки или услуги на територията на тази страна членка. Нищо в този раздел не изисква една страна членка да прилага неговите разпоредбите относно географско означение на друга страна членка във връзка с лозарски продукти, за които съответното означение е идентично с обичайното име на сорт грозде, съществуващ на територията на тази страна членка, считано от датата на влизане в сила на Споразумението за СТО.
4. Страна членка може да разпoredи всяка заявка, направена съгласно този раздел във връзка с използването или регистрацията на търговска марка, да бъде представена в рамките на пет години, след като неправилното използване на защитеното означение е станало общо достояние в тази страна членка, или след датата на регистриране на търговската марка в тази страна членка, при условие че търговската марка е била публикувана до тази дата, ако тази дата предхожда датата, на която неправилното използване е станало обществено достояние в тази страна членка, при условие че географското означение не е използвано или регистрирано злонамерено;
5. От това споразумение не произтича задължение да бъдат закриляни географските означения, които не се закрилят или са престанали да бъдат закриляни в страната на произхода си или които са престанали да бъдат използвани в тази страна;

Има и други международни споразумения прилагани от десетилетия като Парижката конвенция за закрила на индустриална собственост – The Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) – Ратифицирана с Указ № 633 на Президиума на НС от 02.09.1965 г.- ДВ, бр.75/24.09.1965 г., обн.р ДВ бр.75/24.09.1965 г. С Указ № 4 на Президиума на НС от 08.01.1970 г., публикуван в ДВ бр.5/16.01.1970 г. е ратифицирана Стокхолмската редакция от 14.07.1967 г. България е член на Съюза за закрила на индустриалната собственост от 13 юни 1921 година.

Мадридската спогодба за преследването на фалшивите и заблуждаващите указания за произход на стоките - The Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source (1891) – С Указ № 523 от 11.03.1975- ДВ бр.25/1975 България се е присъединила към МС през 1975. Спогодбата не е обнародвана ДВ.;

Лисабонска спогодба за закрила на наименованията за произход и тяхната международна регистрация - Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration of 1958) – С Указ №523 от 11.03.1975 г ДВ бр.25/1975 България се е присъединила към МС, Спогодбата не е обнародвана ДВ. Тя осигурява защита за наименованията за произход като право на индустриална собственост.

Българският закон за марките и географските означения в сила от 5.12.1999 г. Той е обнародван в ДВ 81/ 1999 с поправка в ДВ 82/1999 г., а Наредбата за оформяне, подаване и експертиза на заявки за регистрация на марки и географски означения е обн. ДВ 9/ 2000 г.

#### **II.4.Защо е необходимо подобряване на сегашната правна защита на географски означения?**

Има много причини за подобряване на защитата на географски означения и в частност с нарасналата отвореност на глобалните пазари става задължително:

- Потребителите незабавно да разпознават произхода на продуктите. Подобряването на защита на ГО (PDO и PGI).? на международно ниво ще помогне на борбата срещу подвеждане на обществото. Продукт, чието име се отнася или поражда връзка с определена географска област трябва да бъде от тази област.
- Ползвателите и производителите на продукти, определяни чрез техните ГО могат да поставят и защитават техните местни продукти с ефективна правна защита. Такава защита улеснява запазването на разнообразие и качество на производството в различните части на света. Без географски означения , производителите на специфични продукти ще бъдат изложени на злоупотреби с техните географски означения от производители в други държави, които свободно се възползват от тяхната репутация и установеното вече признание от тези означения за да продават по-добре продукти, които нямат същите качества като оригиналните.

Споразумението TRIPS сега не предоставя подходяща и достатъчна защита на географските означения. Споразумението TRIPS не защитава автоматично всички ГО. Защитата трябва да бъде търсена във всяка страна конкретно държава по държава. Това често е твърде скъпо за малките производители с ГО. Ето защо е необходим опростен механизъм в помощ на производителите за постигане на световна защита.

#### **II.5.Как да се постигне по добра защита на географските указания?**

- Да се разшири обхвата на защитата предоставена на вината и спиртните напитки с всички продукти
- Съществено развитие може да се постигне в сегашния Доха кръг на преговорите на СТО по отношение на ГО чрез разширяване на защитата по силата на член 23 на TRIPs, от който сега се възползват само вината и спиртните напитки за всички продукти. В резултат ползвателите и производителите ще могат много по лесно да защитават своите права: тогава те ни би трябвало да доказват на обществото че е подвеждано при



злоупотреба с техните географски означения.

Тези, които подкрепят разширението не търсят да заграбят обратно ГО, които се използват добросъвестно от трети страни. То изцяло спазва клаузата на TRIPS, позволяваща родовете понятия или регистрираните като търговски марки или просто добросъвестно използвани преди TRIPS, да продължат да ги използват в други страни. Разширението обаче би защитило други ГО от същото бъдеще: само законните производители от областта защитена чрез ГО ще могат да използват това име.

#### Създаване на многостранен регистър

Едновременно с това, създаването на многостранен регистър за ГО би представлявал мощно допълнително средство за конкретна защита на това право на интелектуалната собственост.

Международен регистър ще изисква списък с ГО, който да бъде официално признат от всички икономически играчи във всички държави по света. Регистрирането на име в регистъра би направило също възможно връщане на тежестта за доказателството. Сега, производителят-жертва на присвояване трябва да доказва че е истински ползвател. В бъдеще, от момента на регистриране на ГО в регистъра, производителят - обвинен в присвояване ще трябва да доказва своята невинност.

## II.6. ГО и Доха кръга на СТО

От ноември 2001 г., с приемането на декларацията от Доха, в СТО започна новия кръг от многостранни търговски преговори. Сред въпросите, които се обсъждат в рамките на тези преговори са и проблемите на географските означения.

Най-активно обсъждани са:

- разширяването на предвидената по член 23 защита на географските означения за вината и спиртните напитки, като тя се предостави за всички стоки, и
- да се създаде регистър на географските означения, който да осигури действени процедури за защита на географските означения.

В рамките на сътрудничеството с Международния търговски център (МТЦ) – Женева по програмата Световна търговска мрежа (СТМ) се изготвя периодично информация за състоянието по ключовите въпроси от преговорите в Доха кръга на Световната търговска организация (СТО) за деловите среди.

България, чрез БСК активно участва в СТМ от 2002 година. Бихме желали да изложим основните въпроси по темата на база Доклада за състоянието към Януари 2005 г. на „Преговорите по създаване на многостранен регистър за географските означения за вината и спиртните напитки в СТО”. Този и други доклади са достъпни на адрес [www.intracen.org/worldtradenet](http://www.intracen.org/worldtradenet).

На практика в Доха кръга има оформени три позиции – на ЕС и партньори включително България, САЩ и партньори като Канада, Чили и Япония и Хонг Конг с междинен трети вариант като опит за приближаване на двете позиции на ЕС и САЩ. Разликата между двете основни позиции почиват на правните резултати от регистрацията и участието. При правните резултати въпросът е дали да има правни последици от регистрацията при многостранната система. Относно участието проблемът е дали системата за защита е само за участниците или за всички.



Особено трудно е да се предскаже какво отражение ще има регистърът за деловите среди без да се уточнят основните компоненти на регистрацията. Независимо от това производителите на вино и спиртни напитки притежаващи ГО и търгуващи в света би трябвало да се заинтересуват от преговорите на Доха кръга, които се очаква да приключат през 2006 г. Това не е лесно, тъй като често притежателите на ГО са МСП, които нямат финансовия или експертен потенциал да защитават своите права.

Сред защитниците на идеята за разширяването на допълнителната защита на географските означения, т.нар. група на “приятелите на географските означения”, са над 80 страни членки на СТО, сред които ЕС, България, Швейцария, Шри Ланка, Турция, Индия, Чехия, Унгария.

България има водеща роля в групата на “приятелите” на географските означения. Позицията на страните от групата на “приятелите” на географските означения е:

- няма никакви основания за едни продукти да се предоставя по-голяма защита, отколкото за други продукти;
- интересите на страните, в които традиционно и добросъвестно в течение на години са се произвеждали стоки с чужди географски означения няма да бъдат засегнати, защото тези случаи са уредени с предвидените изключения по Споразумението ТРИПС;
- чрез разширяването на допълнителната защита на географските означения ще се предотврати бъдещото им трансформиране в родови;
- разширяването ще бъде от полза на всички страни-членки на СТО, а също така и на потребителите, които често биват заблуждавани и обърквани за качеството на стоките;
- ще се спомогне за защита срещу нелоялна конкуренция, като истински качествените продукти и стоки винаги ще са в състояние да си извоюват име и пазарен дял.

Освен това групата настоява предстоящото създаване на международна система за регистрация на географските означения за вината и спиртните напитки да обхваща и всички останали стоки. Така ще се създаде регистър за защитени географски означения, който ще включва всички географски означения, които са били нотифицирани в СТО и не са оспорени от други страни членки на организацията. В случай, че се получи възражение срещу регистрацията на определено географско означение от друга страна, спорът ще се разрешава чрез двустранни преговори, като има възможност да се свика и многостранен арбитраж, ако не се постигне съгласие между засегнатите страни. Секретариатът на СТО ще публикува регистрираните географски означения и ще информира страните членки за това. Страните, участващи в многостранната система за регистриране и нотификация, няма да отказват защита за регистрирани географски означения.

В позициите по тези преговори се обсъждат различни схеми, с общи елементи, които се свързват с доказателства например от национални системи прилагани преди датата на споразумението, което ще бъде подписано в СТО. Затова развитието на националната българска система може да се окаже от полза в близкото бъдеще, независимо от състоянието на преговорите в Доха кръга сега.

Сред най-активните противниците на идеята за разширяването на допълнителната защита са Австралия, Аржентина, САЩ, Япония, Чили. Те считат, че то би довело до поемането на допълнителни ангажименти и ще бъдат накърнени интересите на страните, в които някои географски означения са станали генерични. Тези страни изтъкват че на стоките, различни от вина и спиртни напитки, е

гарантирана достатъчна защита по чл.22 и най-вече такава допълнителна защита би струвала скъпо на страните и на производителите.

Срокът за вземането на решение по въпроса за създаването на многостранна система за нотифициране и регистриране на защитените географски означения бе до Министерската конференция в Канкун. Поради големите противоречия между страните и неуспеха на конференцията този срок не беше спазен. Петата сесия на Министерската конференция на СТО, която се проведе през септември 2003г. в Канкун, Мексико трябваше да отчете постигнатия дотогава напредък в преговорите и да даде нов тласък за продължаването и приключването им в определения срок. Конференцията обаче приключи без да бъдат взети решения по същество, главно поради липса на консенсус между държавите-членки относно ключови въпроси от преговорите. След Министерската конференция в Канкун, органите по преговорите в СТО временно прекратиха своята работа.

С подновяването на преговорите от 2004 г. бяха възобновени и преговорите по географските означения, включително и по въпроса дали те да присъстват в крайния пакет от договорености за предстоящата министерска конференция в края на 2005 г. в Хонг Конг. Страните се договориха до м.май 2005 г. да се докладва за напредъка в преговорите по разширяването на допълнителната защита на географските означения и въз основа на постигнатия напредък да се набележат конкретни действия до м. юли 2005

Сега географските означения/ наименования за произход и географски указания/ в България се защитават като обекти на индустриална собственост. Заявки за регистрация на географско означение или за вписване като ползвател на вече регистрирана географско означение се подават в Патентното ведомство. Заявител може да бъде всяко лице, което извършва производствената си дейност в даденото място и стоката, която произвежда отговаря на установените качества или особености, които се дължат на географската среда. Правните последици от регистрацията са еднакви за всички стоки- чл.53 ЗМГО. Регистрацията действа на територията на Р България и е безсрочна. Заявките за международна регистрация по Лисабонската спогодба се подават чрез Патентното ведомство. Чрез международната регистрация се получава закрила на територията на страните-членки на спогодбата. Практическите стъпки на дадени на [www.bpo.bg](http://www.bpo.bg).

Една национална последователна позиция на водещите български производители/ износители ще позволи активно и последователно българско участие не само на държавно ниво, но и в различните други форми и форуми по темата.

### III. Други

Много фирми участват в първото представяне на регистрирани географски означения, т. нар “Ден на географските означения” състоял се в Женева на 11 и 12 юни 2003 г. В него са взели участие повече от хиляда производители и ползватели на регистрирани географски означения от 24 държави. Тогава се решава да създаде международната организация ORIGIN като форум на “приятелите” на географските означения в СТО с цел да се представи пред страните членки на СТО и пред широката международна общественост по-конкретна картина на значението на разширяването на допълнителната защита на географските означения. От друга страна, провеждането на подобен международен форум предостави възможност за ползвателите на регистрирани географски означения да рекламират и поощряват и информират за своето производство, както и да заявят своя интерес за гарантиране в рамките на СТО на защитата на географските означения за техните стоки. На това

представяне участниците - повече от 100 производители от 24 държави са приели т.нар. Женевска Декларация за създаването на ORIGIN.

**Организация за мрежа от международни географски означения – ORIGIN (Organisation for an International Geographical Indications Network) - - [www.origin-gi.com](http://www.origin-gi.com) за неправителствена международна организация на фирмите, произвеждащи стоки с регистрирани географски означения.**

През ноември 2003 в Аликанте, Испания повече от 100 производители от 30 държави формализираха след Женевската среща създаването ѝ за да работят по гарантиране на по-добра защита на ГО.

Основатели и членове на организацията са производители и ползватели на световно- известни географски означения за кафе, чай, хранителни продукти, вино и спиртни напитки, минерална вода и други от Африка, Южна и Северна Америка, Азия, Източна и Западна Европа. За президент на организацията е избран Педро Ечеверия от Гватемала, производител на кафето “Антигуа”.

Членството в ORIGIN предоставя възможност на производителите (ползвателите) на регистрирани географски означения да осъществяват преки контакти с други производители на продукти с регистрирани географски означения от страните-членки на СТО, с които да обсъждат значението на географските означения и ефективната защита на стоки с регистрирани ГО на международно ниво, да рекламират своите продукти и да заявят своя интерес за гарантиране в рамките на СТО на адекватната защита на географските означения за техните стоки. Това е възможност и за българските фирми да се присъединят към организацията и да се включат със своите мнения и предложения за постигането на по-ефективна защита на ползваните от тях географските означения в международен мащаб. Министерство на икономиката своевременно е уведомяло производителите и асоциациите за срещите на организацията и възможностите за участие на български представители в нея.

Единствен представител в ORIGIN към март 2005 г. от българските производители е фирма ТПК “Хисар-90, гр. Хисаря, производител на минерална вода и ползвател на географското означение “Минерална вода Хисар”. Тя е взела участие още в първата среща-представяне на стоки с регистрирани географски означения, в Женева като съучредител на организацията.

Непосредствените пет цели за 2004 г. на ORIGIN са били:

1. Да поощряват всяка държава да приеме законодателство за ГО.
2. Да се увеличи броя на държавите, подкрепящи по-добрата защита на ГО.
3. Постоянен диалог с хората взимащи решения за да бъде ГО приоритет в международните отношения.
4. Да защитават ГО чрез правни случаи
5. Да информират/ поощряват разбирането за ГО

Комисарят на ЕК г-н П. Лами подкрепи изрично създаването на тази организация в своя специална реч. Той подчерта че ГО са средство за развитие на качеството в селското стопанство. Причините са поне пет.

Първата – ГО са ефективен инструмент за организиране на селските райони и професионалистите.

Втората – ГО са колективно право принадлежащо на общностите. Те са колективна „марка” на фермерите и занаятчиите от дадена област. ГО не може да бъде продадено и откъснато от дадената област, както това може да бъде направено с търговските марки. ГО е достъпно за всеки производител от дадената област. Тъй като покрива ограничени количества това гарантира качество и предсказуемост за потребителя купувач.

Третата – ГО позволяват по- равномерно разпределение на добавената

стойност между производители и дистрибутори, между държавите от Севера и тези от Юга. ГО са едно от малкото права на интелектуална собственост, в които държавите могат да материализират своята традиция, без значителни инвестиции в развой и изследване, както е при патентите, изобретенията и др.

Четвъртата – ГО стимулират качеството и увеличават конкурентоспособността. Това е стратегически инструмент за колективното подобряване на качеството и оттам пазарното присъствие на преситения пазар.

Петата – ГО допринасят за националната и регионалната идентичност. Символизират традициите и местното know-how, съществуващи понякога от хиляди години.

#### **IV. Европейски Съюз**

Европейският съюз изгражда през 1992 г., най-вече на база опита на Франция и Италия, своя система за политика на качество на селскостопанските продукти и храните. Тази система е фокусирана върху традиционните продукти и продуктите с географски означения. Създаването на такава политика на защитени наименования 30 години след създаването на отделните продуктови режими за регулиране на пазара в рамките на Общата селскостопанска политика, е осъществено на базата на проучвания върху промененото потребителско търсене. Отчетено е, че в условията на количествено задоволяване на потребностите на пазара, фокусът е към промяна в качествата на предлаганите продукти.

Отчитайки опита на Франция и Италия в тази област, с цел поставянето на всички страни в условията на равнопоставеност, както и с оглед съхраняването на идентичността на всяка нация, участваща в общия европейски пазар, новата Политика на качеството е определила правила, които защитават интересите и на потребителите и на производителите. От една страна потребителите на продукт, носещ един от трите знака на защитено наименование са сигурни, че заплащат една по-висока стойност за автентичен продукт, чийто произход е контролиран. От друга страна производителите, кандидатствали и получили регистрация в Европейските регистри, влагат допълнителни усилия по поддържането на търговската репутация на този продукт и по обезпечаването на контрола върху произхода му, но и се ползват от готовността на европейския потребител да заплати по-висока стойност за такъв продукт.

С регламенти № 2081 и № 2082, приети от Съвета на Европейския съюз на 14 юли 1992 год. бяха внедрени три системи за идентификация:

1. Защитено наименование за произход /PDO – Protected designation of origin/
2. Защитено географско указание - /PGI-Protected geographical indication/ и
3. Храна с традиционно специфичен характер– /TSG-Traditional speciality guaranteed/.

Защитеното наименование за произход и защитеното географско указание се определят от регламент № 2081/92. И двете носят името на един регион, едно определено място или в изключителни случаи на една страна, използвано да опише един селскостопански продукт или една храна. Разликата между тях зависи от това колко близко продуктът е свързан със специфичното географско място, чието име той носи.

За да бъде годен да използва защитено наименование за произход /PDO/, продуктът трябва да отговаря на две условия;

- Качеството или свойствата на продукта трябва да се дължат предимно или изключително на географската среда съответстваща на мястото на

произхода; географската среда включва природните и човешките фактори, такива като климат, качество на почвата и местното ноу-хау, т. е. традиционните знания на населението;

- Производството и преработките на суровините до крайният продукт, трябва да става в определения географски район, чието име продуктът носи.

Защитеното географско указание /PGI/, също дава име на продукта свързан с региона, чието име той носи. Тук, обаче, връзката между продукт и географска среда на произход е по-различна. За да бъде годен да използва едно географско указание, продуктът трябва да удовлетворява две изисквания:

- Той трябва да е произведен в географският район, чието име носи. За разлика от защитеното наименование за произход /PDO/, е достатъчно един от етапите на производство да е осъществен в определения регион. Така например, суровините използвани за производство могат да произлизат от друг регион.
- Да съществува връзка между продукта и региона, който му дава името си. Тази отличителна черта не е необходимо да бъде предимно или изключително дължаща се на природната среда в мястото на произхода. Разрешава се по-гъвкава обективна връзка. Достатъчно е едно специфично качество, репутация или друга характеристика, да се дължат на географския произход.

Традиционно специфичният характер /TSG/ на селскостопанския продукт или храна и редът по които се издава Сертификат за специфичен характер се определят от регламент № 2082/92. За разлика от защитените географски указания, специфичните качества на храните с традиционно-специфичен характер не се дължат на географския им произход, а предимно на съхранените традиции в производството или влаганите суровини за производство. Акцентът тук е върху ролята на човешкия фактор, а не на географския произход.

“*Специфичен характер*” означава характерна черта или набор от характерни черти, които ясно разграничават селскостопански продукти или храни от други подобни продукти, или храни принадлежащи към същата категория. За да се появи в регистъра, селскостопанският продукт или храна трябва да бъдат произведени с използването на традиционни суровини или да се характеризират с традиционен състав, или начин на производство и/или преработка, които отразяват традиционния тип производство и/или преработка.

Сертификатът за специфичен характер означава признаване от Европейския съюз на традиционния и специфичния характер на продукта, чрез неговата регистрация.

## РЕГИСТРАЦИЯ

Регистрационната процедура е една процедура на Европейския съюз, в която Европейската комисия и страните-членки си поделят отговорността за регистрация според регламенти (ЕЕС) № 2081/92 и (ЕЕС) № 2082/92.

Процедурата е доброволна и открита. Важен принцип за трите категории е обстоятелството, че заявките за PDO, PGI и TSG се подготвят и подават предимно от името на група производители, преработватели и фермери, които се занимават с продукта, чиято регистрация се иска.

Групите от производители сами определят продукта, който ще регистрират, като му изработват подробно описание съгласно изискванията на регламентите. Групите производители определят също така:



- географския район на производство за защитените географски указания /PDO, PGI /,
- връзката на специфичните характеристики на продукта с географския произход,
- и показателите, по които се контролира произхода на продукта.

Регистрационната процедура започва на национално ниво, като заявката се представя пред националния компетентен орган, който извършва проверка дали са спазени изискванията на един от двата регламента. Страните членки могат да предявят и други изисквания. Нещо повече, те вземат решения относно възможните възражения на тяхна територия.

За прилагане на европейските изисквания и представяне на документи за вписване в европейските регистри на PDO, PGI и TSG, компетентният държавен орган в Република България е Министерството на земеделието и горите.

След като установи, че заявката и приложените документи за *PDO, PGI или TSG* отговарят на изискванията на съответния регламент, компетентният държавен орган я изпраща в Комисията на ЕС. Комисията прави експертиза на получените заявки и в 6 месечен срок ги оценява с помощта на служебно изследване, дали отговарят на всички изисквания. Съгласно европейската процедура е предвидено оповестяване на заявката за регистрация чрез публикация в Официалния вестник на ЕС . Компетентните органи на всички страни-членки са длъжни да оповестят в своите страни всяка заявка за регистрация, за да се даде възможност в 6-месечен срок от публикацията, всяко заинтересовано лице да подаде възражение срещу регистрацията пред националния компетентен орган, който веднага го препраща в Комисията на ЕС. Подобни възражения могат да се получат и от всяка страна членка на Световната търговска организация. Когато в определения срок не е постъпило възражение или постъпилото възражение е изгладено, заявеното PDO, PGI или TSG се вписва в Регистъра на ЕС.

### Основни характеристики

1. Регистрацията на PDO, PGI и TSG дава на производителите изключително право да използва регистрираното име върху своя продукт на територията на целия ЕС.
2. Заедно с това производителят има право да използва предвиденият специален знак, съответно за PDO, PGI и TSG върху опаковките на продукта, предлаган на пазара.:



3. Регистрираните PDO, PGI и TSG се защитават от всякакви форми на имитация и фалшификация.
4. В последните години защитените наименования се ползват с особен интерес и внимание от страна на ЕК. От една страна защитените наименования имат приоритетното право на кандидатстване за финансово подпомагане чрез промоционални програми, насочени и към територията на ЕС и в трети страни. От друга страна при проведената реформа на Общата селскостопанска политика през 2003 г. беше отделено специално внимание на тези продукти със специфични качества. В регламент № 1783 от 2003 година се урежда въпроса за непосредствена

финансова подкрепа на производителите на продукти с PDO, PGI и TSG.

5. Правото на собственост върху PDO, PGI и TSG е колективно право. То принадлежи не само на групата заявители, но в случаите на PDO и PGI, на всеки производител от съответния регион, който спазва спецификацията на продукта със защитено наименование.

6. Регистрацията на PDO, PGI и TSG в Европейския съюз е безплатна.

## КОНТРОЛ

Регламенти № 2081 и № 2082/92 изискват задължително наличието на контролен орган. Причината за включване на контролни органи е, че потребителите не биха могли да имат пълно доверие в едно защитено наименование, чиято правилна употреба не се гарантира чрез ефективен контрол. Постига се защита и за производителите, които се предпазват от неправомерно използване на наименованието.

Комисията сама по себе си не осъществява контрол. Страните-членки са изцяло отговорни в това отношение и имат свободата да организират свои собствени системи. Контролът може да се осъществява от публични институции или одобрени частни организации. Страните членки са задължени да изпращат на Комисията списъци на одобрените проверяващи органи.

В България предстои одобрение на контролни органи, които в съответствие с разпоредбите на регламентите отговарят на изискванията на стандарт EN 45011 от 26 юни 1989. Същите следва да са одобрени от Изпълнителна агенция за акредитация

Определените проверяващи органи трябва да предлагат гаранции за обективност и безпристрастност по отношение на всички производители, подлежащи на техния контрол. Всяко защитено наименование за произход /PDO/, всяко защитено географско указание /PGI/ и всеки продукт обхванат от сертификат за специфичен характер /TSG/ задължително подлежи на ежегоден контрол. Разходите на тези проверяващи органи се покриват от производителите, използващи защитените наименования.

Какви продукти са включени?

Продукти съгласно разпоредбите на регламенти (ЕЕС) № 2081/92 и (ЕЕС) № 2082/92:

- Пресни меса (вкл. дреболии/карантия)
- Месни продукти (варени, осолени, пушени, и др.)
- Сирена
- Други продукти от животински произход (яйца, мед, млечни продукти с изключение на масло, и др.)
- Масла и мазнини (масло, маргарин, растителни мазнини, и др.)
- Плодове, зеленчуци, зърнени/житни храни, преработени и натурални
- Риба, двучерупчести мекотели и пресни ракообразни (стриди, миди, раци и др.)
- Бира
- Напитки от растителни екстракти
- Хляб, сладкиши, кексове, сладкарски изделия, бисквити и други тестени произведения
- Други селскостопански продукти

Продукти съгласно регламент (ЕЕС) № 2081/92



- Естествени клейове и смоли
- Етерични масла
- Сено
- Корк
- Яркочервено багрилно вещество cochineal (суров продукт от животински произход)
- Цветя и декоративни растения
- Вълна
- Ракита

Продукти съгласно регламент (ЕЕС) № 2082/92

- Шоколад и други хранителни продукти, съдържащи какао;
- Макаронени (тестени) изделия, включително полуготови и с пълнеж
- Полуготови ястия и сосове
- Супи и бульони
- Сладолед и шербет

Извън обхвата и на двата регламента е закрилата на наименованията на вина, спиртни напитки и минерални води. Наименованията на вината и спиртните напитки се защитават по специфични правила, определени в специални регламенти на ЕС.

### **ИКОНОМИЧЕСКА ЗНАЧИМОСТ**

Защитените PDO и PGI, а същото може да се каже и за TSG са инструмент за насърчаване и реклама на качеството на хранителната промишленост и инструмент за развитие на селското стопанство и производството на хранителни продукти.

Икономическото значение на закрилата на географските означения може да се разбере от следните данни:

- Към 2004 година в ЕС са защитени около 4800 географски означения.
- 4200 от тях са за вина и спиртни напитки.
- 650 са за хранителните продукти: сирена, месни изделия, бира, зехтини, хлебни изделия и др.

Защитените с географски означения хранителни продукти през 1996 година са били 490, а в началото на 2005 г. те са около 650.

За информация до края на 2004 г. са постъпили 50 заявки за регистрация на PDO и PGI от десетте нови страни-членки. Заявки за регистрация на такива продукти продължават да се получават и от старите страни-членки.

Икономическата значимост на едно наименование за произход – шунката Парма /Parma Ham/ се измерва с 200 производители, с 3000 работници, 150 кланици, милиона свински бута годишно изнасяни в 40 държави и оборот: 1.5 млрд. евро.

Използването на PDO, PGI и TSG представлява едновременно инструмент за присъединяване към пазара, инструмент за запазване на местното ноу-хау и естествените ресурси и инструмент за развитие на селското стопанство.

Освен чисто икономическо, значението на PDO, PGI и TSG се измерва и с чисто културни категории. Без съмнение традиционните продукти на всяка една страна са част от нейното културно наследство и културна и национална идентичност – нещо, което добива особено висока стойност в условията на сливане на нациите в рамките на един огромен общ европейски пазар.

Европейските страни с най-много на брой защитени географски указания, наименования за произход и сертификати за специфичен характер са Италия, Франция, Португалия, Гърция, Испания, Дания, Обединеното кралство и Австрия.

Как България прилага изискванията на европейските регламенти за защита на наименованията PDO, PGI и TSG за защита на територията на ЕС? Какво се прави за насърчаване на българските производители в тази насока?

През есента на 2004 г. МЗГ, с участието на представители на асоциациите на производителите, подготви Наредба за реда за приемане на заявления, комплектуване на досиета и водене на регистър на досиетата на храни с традиционно специфичен характер. Тази наредба е в съответствие с изискванията на регламент 2082/92 с цел още на 01 януари 2007 г. българския компетентен орган да депозира в ЕК подготвените заявки и досиета на кандидатстващи храни и селскостопански продукти. Тя е Наредба 4/ 7 март 2005 за реда за приемане на заявления, комплектуване на досиета и водене на регистър на досиета на храни с традиционно специфичен характер. Тя е обнародвана в ДВ 23/ 18 март 2005 в сила от 23 март 2005, издадена на основание на член 6 б алинея 6 на Закона за храните, обн. В ДВ 90/ 1999, последно изм. ДВ 70/ 2004

В процес на подготовка, съвместно с представители на асоциациите на производителите е проект на Наредба за условията и реда за приемане на заявки за географски означения на земеделски и хранителни продукти, която следва да бъде приета до лятото на 2005 г.

С оглед информиране на групите производители за ползата от тези регистрации, както и за реда за кандидатстване, е планирано провеждането на мащабна рекламна кампания в рамките на комуникационната стратегия на правителството, която започва още от пролетта на тази година.

Предстои сериозна работа по изграждането на Стратегия за насърчаване на производителите на продукти със защитени наименования.

Обсъжда се и създаването на Каталог „Традиционни продукти и храни“, в който ще бъдат включени такива продукти, и който би бил една визитна картичка на българските продукти и българските традиции.

В Договора за присъединяване на България към ЕС - приложение II на Регламент 1576/1989 г. са вписани 13 български наименования на спиртни напитки с географски указания – 9 наименования на гроздови ракии и 4 наименования на плодови ракии, както следва:

"Сунгурларска гроздова ракия / Гроздова ракия от Сунгурларе / Sungurlarska grozdova rakiya / Grozdova rakiya ot Sungurlare", "Сливенска перла (Сливенска гроздова ракия / Гроздова ракия от Сливен) / Slivenska perla (Slivenska grozdova rakiya / Grozdova rakiya ot Sliven)", "Стралджанска мускатова ракия / Мускатова ракия от Стралджа / Straldjanska muskatova rakiya / Muskatova rakiya ot Straldja", "Поморийска гроздова ракия / Гроздова ракия от Поморие / Pomoriyska grozdova rakiya / Grozdova rakiya ot Pomorie", "Русенска бисерна гроздова ракия / Бисерна гроздова ракия от Русе / Rusenska biserna grozdova rakiya / Biserna grozdova rakiya ot Ruse", "Бургаска мускатова ракия / Мускатова ракия от Бургас / Burgaska muskatova rakiya / Muskatova rakiya ot Burgas", "Добруджанска мускатова ракия / Мускатова ракия от Добруджа / Dobrudjanska muskatova rakiya / Muskatova rakiya ot Dobrudja", "Сухиндолска гроздова ракия / Гроздова ракия от Сухиндол / Suhindolska grozdova rakiya / Grozdova rakiya ot Suhindol", "Карловска гроздова ракия / Гроздова ракия от Карлово / Karlovska grozdova rakiya / Grozdova rakiya ot Karlovo"

"Троянска сливова ракия / Сливова ракия от Троян / Troyanska slivova rakiya / Slivova rakiya ot Troyan", "Силистренска кайсиева ракия / Кайсиева ракия от Силистра / Silistrenska kaysieva rakiya / Kaysieva rakiya ot Silistra", "Тервелска кайсиева ракия / Кайсиева ракия от Тервел / Tervelska kaysieva rakiya / Kaysieva rakiya ot Tervel", "Ловешка сливова ракия / Сливова ракия от Ловеч / Loveshka slivova rakiya / Slivova

rakiya ot Lovech"

Включването в Регламент 1576/89 на тези тринадесет спиртни напитки означава, че производителите им са доказали, че специфичните характеристиките на напитките се дължат изключително на географските райони на производство, чиито имена носят. Вписването на напитките с географско означение в регламента предоставя на производителите им изключителни права върху ползване на наименованието и закрила срещу възможността за нелоялна търговска употреба – включително когато географското означение е използвано в превод или е придружено от изрази, като "род", "вид", "стил", "имитация" и други, които могат да въведат в заблуждение консуматора.

В Регламент на Съвета (ЕИО) № 1601/91 е вписано наименованието „Пелин” със следната дефиниция: „Пелин: ароматизирана напитка на винена основа, произведена от бяло или червено вино, концентрирана гроздова мъст, гроздов сок (или цвеклова захар) и специфична настойка от билки, чието алкохолно съдържание е не по-малко от 8,5 обемни %, захарно съдържание, изразено като инвертна захар от 45-50 грама на литър, и обща киселинност от не по-малко от 3 грама на литър, изразена като винена киселина.”

Въпросите относно защитените географски указания на българските вина ще се решават съгласно процедурите на Управителния комитет по виното – т.е. след присъединяването ни през 2007 г.

По същите процедури ще се реши и въпроса с признаването на наименованието „Розенталер” като допълнително специфично традиционно наименование.

## БЪЛГАРИЯ

Географското разположение на България, нейната пъстрота на релефа, плодородната почва и множеството региони с разнообразни климатични условия и специфични знания и умения на селското население, правят нашата страна едно благодатно място за развитие на земеделието и производството на храни с най-високо качество.

България от 1968 г. има законодателство за защита на наименованията за произход, а от 1999г. и на географските указания. Страната ни е член на Лисабонската спогодба за международна регистрация и закрила на наименованията за произход от 1975г. Всичко това благоприятствува закрилата на вина, спиртни напитки, минерални води, селскостопански продукти, храни и др. с наименования за произход и географски указания. В началото на 2005 г. в България има 128 регистрирани наименования за произход и географски указания за различни продукти. Най-масово това са вина и спиртни напитки.

От интересуващите ни продукти съгласно директива № 2081 в момента се защитават 10 наименования за произход и 3 географски указания както следва;

Наименование	Форма на закрила	ВПИСАН ПОЛЗВАТЕЛ
Шуменско пиво	Наименование за произход	Шуменско пиво
Българска закваска за производство на кисело мляко	Наименование за произход	Ел Би Булгарикум ЕАД

Българско кисело мляко	Наименование произход	за	Ел Би Булгарикум ЕАД
Българско бяло саламурено сирене-краве	Наименование произход	за	Ел Би Булгарикум ЕАД
Българско бяло саламурено сирене овче	Наименование произход	за	Ел Би Булгарикум ЕАД
Кашкавал Балкан	Наименование произход	за	Ел Би Булгарикум ЕАД
Български млечно кисел продукт Вита	Наименование произход	за	Ел Би Булгарикум ЕАД
Карловска луканка	Наименование произход	за	Месокомбинат Карлово АД
Карловски луканков салам	Наименование произход	за	Месокомбинат Карлово АД
Българска боза	Географско указание		КООП "Христо Ников"
Българско розово масло	Наименование произход	за	Българска роза АД Карлово
Копърво масло Шумен	Географско указание		Лавена АД - Шумен
Лавандулово масло	Географско указание		Лавена АД - Шумен

#### Основните краткосрочни предизвикателства в България в тази област са:

- Подробна информираност на деловите среди за процедурите, документите и държавните органи, натоварени с географските означения.
- Колективния характер на собственост на ГО - стопанските субекти и селскостопанските производители не познават добре и не ползват активно регистрация на права с колективен характер на собственост. Това проличава от начина, по който се поддържат общо 128 регистрации във всички области. Навсякъде регистрацията е направена от едно лице. (Съгласно ЗМГО всяко лице, което отговаря на изискванията на чл.54 ал.1 може да заяви за регистрация географско означение, както и да бъде вписано като негов ползвател). Закрилата на PDO и PGI в ЕС задължително се предоставя на групи от фермери и производители, които колективно се грижат за репутацията на географското име.
- В България от години няма инспектиращ, контролиращ орган за оценка и сертификация на селскостопански продукти и храни, защитени с PDO и PGI, който да контролира специалните свойства на тези продукти, показващи връзката им с околната среда.
- Ограничена институционална памет - в държавните органи не се съхраняват важни документи като история на продукта, точна карта на региона, доказателства от инспектиращ орган, подробно описание на продукта.
- Практически не се гарантират спазването на правата. Пример: "Карловска луканка" се произвежда в градове различни от Карлово. Формално погледнато, използването на регистрирано географско означение от лице, което не е вписано като негов ползвател или съгласно чл.53 ал.2 съставлява нарушение. Защитата срещу нарушението е гражданска, административно наказателна и наказателна. Наред с това са предвидени и мярки за граничен контрол. Правото на иск принадлежи на всеки вписан ползвател. Т.е. за да бъде осъществена тази защита съдебната система или съответния орган трябва да бъде сезиран за нарушението.

- Постоянен и равнопоставен диалог изпълнителна власт – организирани делови среди е особено необходим в тази област. В проекта на Закона за водите, които чака разглеждане на второ четене в Народното събрание има текстове, които по настояване на фирмите МОСВ би трябвало да включи и съществуващи текстове усъвършенствани. Сегашната редакция на проекта съдържа не добре обмислени от гледна точка на правни и финансови последствия текстове.

**СПОРАЗУМЕНИЕ ЗА СВЪРЗАНИТЕ  
С ТЪРГОВИЯТА АСПЕКТИ НА  
ПРАВАТА ВЪРХУ  
ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА  
СОБСТВЕНОСТ**

**AGREEMENT ON TRADE-RELATED  
ASPECTS OF  
INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS**

**ЧАСТ I ОБЩИ РАЗПОРЕДБИ И  
ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ**

**PART I GENERAL PROVISIONS  
AND BASIC PRINCIPLES**

**ЧАСТ II СТАНДАРТИ ЗА ДОСТЪП,  
ОБХВАТ И ИЗПОЛЗВАНЕ НА  
ПРАВАТА ВЪРХУ  
ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ**

**PART II STANDARDS CONCERNING  
THE AVAILABILITY, SCOPE AND USE  
OF INTELLECTUAL PROPERTY  
RIGHTS**

1. Авторско право и сродните му  
права

1. Copyright and Related  
Rights

2. Търговски марки

2. Trademarks

**3. Географски означения**

3. Geographical Indications

4. Промишлен дизайн

4. Industrial Designs

5. Патенти

5. Patents

6. Дизайн на разположението  
(топографията) на интегрални схеми

6. Layout-Designs  
(Topographies) of Integrated Circuits

7. Закрила на неразгласената  
информация

7. Protection of Undisclosed  
Information

8. Контрол на антиконкурентна  
дейност при договорни лицензи

8. Control of Anti-Competitive  
Practices in Contractual Licences

**ЧАСТ III ПРИЛАГАНЕ НА  
ПРАВАТА ВЪРХУ  
ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ**

**PART III ENFORCEMENT OF  
INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS**

1. Общи задължения

1. General Obligations

2. Граждански и административни  
процедури и правна защита

2. Civil and Administrative  
Procedures and Remedies

3. Временни мерки

3. Provisional Measures

4. Специални изисквания във  
връзка с граничните мерки

4. Special Requirements  
Related to Border Measures

5. Наказателни процедури

5. Criminal Procedures

**ЧАСТ IV ПРИДОБИВАНЕ И  
ЗАПАЗВАНЕ НА ПРАВАТА ВЪРХУ  
ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ  
И СВЪРЗАНИТЕ С ТОВА INTER  
PARTES  
ПРОЦЕДУРИ**

**PART IV ACQUISITION AND  
MAINTENANCE OF INTELLECTUAL  
PROPERTY RIGHTS AND RELATED  
INTER-PARTES PROCEDURES**

**ЧАСТ V ПРЕДОТВРАТЯВАНЕ И  
УРЕЖДАНЕ НА СПОРОВЕ**

**PART V DISPUTE PREVENTION  
AND SETTLEMENT**

**ЧАСТ VI ПРЕХОДНИ  
РАЗПОРЕДБИ**

**PART VI TRANSITIONAL  
ARRANGEMENTS**

**PART VII INSTITUTIONAL**



**Раздел 3: Географски означения**

**SECTION 3: GEOGRAPHICAL  
INDICATIONS**

**Член 22 - Закрила на  
географските означения**

**Article 22 - Protection of Geographical  
Indications**

1. За целите на това споразумение под географски означения се разбират означения, определящи дадена стока като произхождаща от територията на страна членка или от регион или местност на тази територия, когато дадено качество, известност или друга характеристика на стоката се дължи съществено на географския ѝ произход.

1. Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, 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.

2. Относно географските означения страните членки осигуряват законни средства на заинтересованите страни, за да предотвратят:

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

(а) използването на всякакви средства в означението или представянето на дадена стока, показващи или загатващи, че въпросната стока произхожда от географски район, различен от истинското ѝ място на произход, по начин, който заблуждава обществеността относно географския произход на стоката;

(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;

(б) всяко използване, представляващо акт на нелоялна конкуренция по смисъла на чл. 10bis от Парижката конвенция (1967).

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

3. Страна членка служебно, ако законодателството ѝ позволява или по молба на заинтересована страна следва, да откаже или да признае за недействителна регистрацията на търговска марка, която съдържа или се състои от географско означение за стоки, произхождащи от означената територия, ако означението в търговската марка на такива стоки в тази страна членка се използва по такъв начин, че заблуждава обществеността относно истинското място на произхода им.

3. A Member shall, *ex officio* if its legislation so permits or at the request of an interested party, refuse or invalidate the registration of a trademark which contains or consists of a geographical indication with respect to goods not originating in the territory indicated, if use of the indication in the trademark for such goods in that Member is of such a nature as to mislead the public as to the true place of origin.

4. Закрилата съгласно разпоредбите на ал. 1, 2 и 3 се прилага и за географско означение, което, въпреки че съответства буквално на територията,

4. The protection under paragraphs 1, 2 and 3 shall be applicable against a geographical indication which, although



региона или местността, откъдето произхождат стоките, представя погрешно стоките на обществеността като произхождащи от друга територия.

### **Член 23 - Допълнителна закрила на географските означения за вина и алкохолни напитки**

1. Всяка страна членка осигурява законни средства на заинтересованите страни за предотвратяване на използването на географско означение за произход на вино за вина, непроизхождащи от въпросното географски означено място, или за произход на алкохолни напитки за алкохолни напитки, непроизхождащи от въпросното географски означено място, дори когато е посочен истинският произход на стоките или географското означение е използвано в превод, или се придружава от изрази като “вид”, “тип”, “стил”, “имитация” и такива подобни<sup>4</sup>.

2. Регистрацията на търговска марка за вина или за алкохолни напитки, която съдържа или се състои от географско означение за произхода на вината или алкохолните напитки, следва да бъде отказана или да се признае за недействителна *ex officio*, ако законодателството на страната членка позволява това или по молба на заинтересованата страна, относно вината или алкохолните напитки, които нямат такъв произход.

3. В случай на омонимни географски означения за произхода на вина се предоставя закрила на всяко означение, попадащо под разпоредбите на чл. 22, ал. 4. Всяка страна членка определя практическите условия, при които въпросните омонимни означения ще бъдат различавани едно от друго, вземайки предвид необходимостта да се осигури равнопоставеност на заинтересованите производители и да не бъдат заблудени потребителите.

4. С цел облекчаване закрилата на географските означения за произход на

literally true as to the territory, region or locality in which the goods originate falsely represents to the public that the goods originate in another territory.

### **Article 23 - Additional Protection for Geographical Indications for Wines and Spirits**

1. 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.<sup>1</sup>

2. The registration of a trademark for wines which contains or consists of a geographical indication identifying wines or for spirits which contains or consists of a geographical indication identifying spirits shall be refused or invalidated, *ex officio* if a Member's legislation so permits or at the request of an interested party, with respect to such wines or spirits not having this origin.

3. In the case of homonymous geographical indications for wines, protection shall be accorded to each indication, subject to the provisions of paragraph 4 of Article 22. Each Member shall determine the practical conditions under which the homonymous indications in question will be differentiated from each other, taking into account the need to ensure equitable treatment of the producers concerned and that consumers are not misled.

4. In order to facilitate the protection of geographical indications for wines,

<sup>1</sup> Notwithstanding the first sentence of Article 42, Members may, with respect to these obligations, instead provide for enforcement by administrative action.

вина в Съвета по ТРИПС следва да започне провеждането на преговори за създаване на многостранна система за нотифициране и регистриране на географските означения за произхода на вина с право на закрила в онези страни членки, които участват в системата.

**Член 24 - Международни преговори: изключения**

1. Страните членки се договарят да започнат преговори за засилване на закрилата на отделни географски означения съгласно чл. 23. Разпоредбите на алинеи от 4 до 8 по-долу не следва да бъдат използвани от една страна членка за отказ от провеждане на преговори или за сключване на двустранни или многостранни споразумения. В контекста на такива преговори страните членки следва да проявят готовност да разгледат продължаването на прилагането на тези разпоредби към отделни географски означения, чието използване е било предмет на подобни преговори.

2. Съветът по ТРИПС провежда преглед по прилагането на разпоредбите на този раздел първият подобен преглед следва да се проведе до две години от влизане в сила на Споразумението за СТО. Всеки въпрос, засягащ изпълнението на задълженията, които произтичат от настоящите разпоредби, може да бъде поставен на вниманието на Съвета, който по молба на страна членка следва да проведе консултации с всяка страна членка или страни членки във връзка с въпроса, по отношение на който не е възможно намирането на задоволително решение посредством двустранни или многостранни консултации между заинтересованите страни членки. Съветът следва да предприеме такива действия, каквито могат да бъдат договорени, за да съдейства за осъществяване на разпоредбите и постигането на целите на този раздел.

3. При изпълнение на този раздел страната членка не трябва да намалява закрилата на географските означения,

negotiations shall be undertaken in the Council for TRIPS concerning the establishment of a multilateral system of notification and registration of geographical indications for wines eligible for protection in those Members participating in the system.

**Article 24 - International Negotiations; Exceptions**

1. Members agree to enter into negotiations aimed at increasing the protection of individual geographical indications under Article 23. The provisions of paragraphs 4 through 8 below shall not be used by a Member to refuse to conduct negotiations or to conclude bilateral or multilateral agreements. In the context of such negotiations, Members shall be willing to consider the continued applicability of these provisions to individual geographical indications whose use was the subject of such negotiations.

2. The Council for TRIPS shall keep under review the application of the provisions of this Section; the first such review shall take place within two years of the entry into force of the WTO Agreement. Any matter affecting the compliance with the obligations under these provisions may be drawn to the attention of the Council, which, at the request of a Member, shall consult with any Member or Members in respect of such matter in respect of which it has not been possible to find a satisfactory solution through bilateral or multilateral consultations between the Members concerned. The Council shall take such action as may be agreed to facilitate the operation and further the objectives of this Section.

3. In implementing this Section, a Member shall not diminish the protection of

съществуващи в тази страна членка непосредствено преди датата на влизане в сила на Споразумението за СТО.

4. Нищо в този раздел не изисква страна членка да предотвратява продължителното и сходно използване на конкретно географско означение на друга страна членка относно произхода на вина или алкохолни напитки във връзка със стоките или услугите на някой от нейните юридически или физически лица или постоянните ѝ жители, използвали продължително това географско означение относно същите или подобни стоки или услуги на територията на тази страна членка: (а) най-малко 10 години преди 15 април 1994 г.; или (б) добросъвестно преди тази дата.

5. Когато една търговска марка е заявена или регистрирана добросъвестно и1080 или когато правата за една търговска марка са придобити добросъвестно или:

(а) преди датата на прилагане на тези разпоредби в тази страна членка, както е означено в Част VI, или 4 Независимо от първото изречение на чл. 42 страните членки могат вместо това относно тези задължения да предвидят изпълнение чрез административни действия.

(б) преди географското означение да е поставено под закрила в страната на произхода му, приетите мерки за изпълнение на този раздел не накърняват правото за регистриране или валидността на регистрацията на дадена търговска марка или правото да се използва търговската марка въз основа на това, че такава търговска марка е идентична или сходна с дадено географско означение.

6. Нищо в този раздел не изисква една страна членка да прилага разпоредбите му относно географско означение на друга страна членка във връзка със стоки или услуги, за които съответното означение е идентично с термина “обичайно”, използван в обикновения език като често срещано име за такива стоки или услуги на

geographical indications that existed in that Member immediately prior to the date of entry into force of the WTO Agreement.

4. Nothing in this Section shall require a Member to prevent continued and similar use of a particular geographical indication of another Member identifying wines or spirits in connection with goods or services by any of its nationals or domiciliaries who have used that geographical indication in a continuous manner with regard to the same or related goods or services in the territory of that Member either (a) for at least 10 years preceding 15 April 1994 or (b) in good faith preceding that date.

5. Where a trademark has been applied for or registered in good faith, or where rights to a trademark have been acquired through use in good faith either:

(a) before the date of application of these provisions in that Member as defined in Part VI; or

(b) before the geographical indication is protected in its country of origin; measures adopted to implement this Section shall not prejudice eligibility for or the validity of the registration of a trademark, or the right to use a trademark, on the basis that such a trademark is identical with, or similar to, a geographical indication.

6. Nothing in this Section shall require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to goods or services for which the relevant indication is identical with the term customary in common language as the common name for such goods or services in the territory of that

територията на тази страна членка. Нищо в този раздел не изисква една страна членка да прилага неговите разпоредбите относно географско означение на друга страна членка във връзка с лозарски продукти, за които съответното означение е идентично с обичайното име на сорт грозде, съществуващ на територията на тази страна членка, считано от датата на влизане в сила на Споразумението за СТО.

7. Страна членка може да разпoredи всяка заявка, направена съгласно този раздел във връзка с използването или регистрацията на търговска марка, да бъде представена в рамките на пет години, след като неправилното използване на защитеното означение е станало общо достояние в тази страна членка, или след датата на регистриране на търговската марка в тази страна членка, при условие че търговската марка е била публикувана до тази дата, ако тази дата предхожда датата, на която неправилното използване е станало обществено достояние в тази страна членка, при условие и 1095 че географското означение не е използвано или регистрирано злонамерено.

8. Разпоредбите на този раздел по никакъв начин не накърняват правото на всяко лице да използва в процеса на търговия името си или името на предшественика си в съответната дейност, с изключение на случаите, когато това име се използва по заблуждаващ обществеността начин.

9. От това споразумение не произтича задължение да бъдат закриляни географските означения, които не се закрилят или са престанали да бъдат закриляни в страната на произхода си или които са престанали да бъдат използвани в тази страна.

Member. Nothing in this Section shall require a Member to apply its provisions in respect of a geographical indication of any other Member with respect to products of the vine for which the relevant indication is identical with the customary name of a grape variety existing in the territory of that Member as of the date of entry into force of the WTO Agreement.

7. A Member may provide that any request made under this Section in connection with the use or registration of a trademark must be presented within five years after the adverse use of the protected indication has become generally known in that Member or after the date of registration of the trademark in that Member provided that the trademark has been published by that date, if such date is earlier than the date on which the adverse use became generally known in that Member, provided that the geographical indication is not used or registered in bad faith.

8. The provisions of this Section shall in no way prejudice the right of any person to use, in the course of trade, that person's name or the name of that person's predecessor in business, except where such name is used in such a manner as to mislead the public.

9. There shall be no obligation under this Agreement to protect geographical indications which are not or cease to be protected in their country of origin, or which have fallen into disuse in that country.

