

ANNA KAPAŁA

Z prawnej problematyki wyróżniania produktów lokalnych*

1. Wprowadzenie

W dobie globalizacji produkcja żywności umiędzynarodowiła się do tego stopnia, że coraz trudniej dany produkt wiązać z określonym regionem lub nawet państwem. W drodze do ostatecznych konsumentów produkty rolne przechodzą przez różne ogniwa łańcucha wartości dodanej, często stanowiąc wyjściowy surowiec do przemysłowego produkowania rozmaitych artykułów spożywczych¹. W opozycji do globalizacji, standaryzacji i uprzemysłowienia produkcji żywności pojawia się potrzeba rozwoju lokalnych systemów żywnościowych, coraz silniej pożądana zarówno ze strony konsumentów, jak i producentów². Jak zauważono w literaturze, „to właśnie efektem globalizacji jest zwrócenie uwagi na aspekt lokalny, na powiązanie działalności rolniczej z określonym terytorium”, które „pozwała na identyfikację produktu”³.

Jednym z instrumentów rozwoju lokalnego rolnictwa i lokalnej produkcji żywności są oznaczenia produktów wskazujących na ich pochodzenie z kon-

* Artykuł jest efektem realizacji projektu nr 2016/21/D/HS5/03906, finansowanym przez Narodowe Centrum Nauki.

¹ J. Kraciuk, *Suwerenność żywnościowa a procesy globalizacji w rolnictwie*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Seria Oeconomica” 2013, nr 299(70), s. 121.

² Na temat rosnącego ruchu społecznego „eat locally” zob. m.in. B.P. Denning, S. Graff, H. Wooten, *Law to require purchase of locally grown food and constitutional limits on state and local government: suggestion for policymakers and advocates*, „Journal of Agriculture, Food systems, and Community Development” 2010, vol. 1 (www.AgDevJournal.com).

³ R. Budzinowski, *Problemy ogólne prawa rolnego. Przemiany podstaw legislacyjnych i koncepcji doktrynalnych*, Poznań 2008, s. 27, za: A. Jannarelli, *Il diritto agrario tra profilo globale e profilo locale: spunti sul metodo e sull'oggetto della ricerca*, „Rivista di Diritto Agrario” 2002, z. 4, s. 729.

kretnego regionu, z którym łączą się określone cechy takiego produktu. Znajduje to odzwierciedlenie w preambule rozporządzenia (UE) nr 1169/2011 w sprawie informacji o żywności dla konsumentów, która stanowi, że „w niektórych przypadkach podmioty działające na rynku spożywczym mogą chcieć wskazać pochodzenie żywności na zasadzie dobrowolności, aby zwrócić uwagę konsumentów na jakość ich produktu”⁴. Wzrasta również świadomość konsumentów, że wybór lokalnego produktu o potwierdzonym pochodzeniu geograficznym może wesprzeć lokalne rolnictwo i lokalne gospodarstwa rolne.

Celem rozważań jest próba odpowiedzi na pytanie, na ile unijny wspólny znak towarowy oraz oznaczenia lub znaki jakości uregulowane na poziomie unijnym i krajowym mogą stanowić instrument wyróżniania lokalnych produktów. Analiza obejmie, oprócz wspomnianego wspólnego unijnego znaku towarowego, wybrane polskie oznaczenia: „Jakość Tradycja”, „Poznaj Dobrą Żywność” oraz Listę Produktów Tradycyjnych. Unijny system jakości chronionej nazwy pochodzenia (ChNP), chronionego oznaczenia geograficznego (ChOG) i gwarantowanej tradycyjnej specjalności (GTS) nie jest przedmiotem analizy, stanowiąc jedynie punkt odniesienia.

2. Wspólny unijny znak towarowy (EUTM)

Na poziomie UE można wyróżnić dwa systemy ochrony geograficznego pochodzenia środków spożywczych, zaliczające się do własności intelektualnej: system ChOG, ChNP oraz system wspólnego unijnego znaku towarowego⁵. Unijne systemy jakości ChNP i ChOG są instrumentami pozwalającymi producentom na wykorzystanie renomy pochodzenia geograficznego, z którym konsumenci wiążą jakość i cechy produktu. Na tle rosnącej globalnej konkurencji na towary rolne i produkty wartości dodanej w 2006 r. Komisja Europejska ogłosiła przegląd polityki unijnego systemu ochrony oznaczeń geograficznych⁶. W 2009 r. stwierdziła, że jednoczesne oznaczenie pocho-

⁴ Akapit 30 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, L 304/18 z 22.11.2011.

⁵ Dalej powoływany jako „EUTM” (European Union Trade Mark).

⁶ Declaration of the Commission issued 20.03.2006 in the context of the adoption of the Council Regulation (EC) n. 510/2006. Zob. także Opinię Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia, Dz.Urz. UE, C 204/57 z 09.08.2008.

dzenia znakiem towarowym i oznaczeniem geograficznym jest mocniejsze i komplementarne⁷.

Dlatego obowiązujące rozporządzenie (UE) nr 1151/2012 wyraźnie stwierdza, że na etykiecie oznaczenia geograficznego, mogą być umieszczane również „znaki wspólne wskazujące pochodzenie geograficzne” (art. 12 ust. 5)⁸. Producenci mogą zatem korzystać z ochrony obu instrumentów własności intelektualnej w celu wzmocnienia informacji o pochodzeniu produktu. Przykładem są *Parmigiano Reggiano* czy *Café de Colombia*, które są zarejestrowane zarówno w systemie oznaczeń geograficznych, jak i wspólnych unijnych znaków towarowych.

Unijny znak towarowy uregulowany jest rozporządzeniem (UE) nr 207/2009 z 26 lutego 2009 r. w sprawie wspólnotowego znaku towarowego⁹, które od 1 października 2017 r. zostało zastąpione rozporządzeniem (UE) nr 2017/1001¹⁰. EUTM jest jednolitym prawem, zapewniającym zarejestrowaną ochronę znaku towarowego w całej Unii Europejskiej. Wymaga tylko jednego zgłoszenia do Urzędu Własności Intelektualnej Unii Europejskiej, który przyznaje właścicielowi znaku towarowego wyłączne prawo do używania go w UE. W obu systemach (EUTM i ChNP, ChOG) ochrona obowiązuje zatem we wszystkich państwach UE.

Ochrona unijnych znaków towarowych może być odnawiana w odstępach dziesięciu lat, na czas nieokreślony, dopóki znak pozostaje w użyciu. Podobnie prawa ochronne na chronione oznaczenia geograficzne (ChOG) i chronione nazwy pochodzenia (CHNP) przyznawane są na czas nieokreślony, jednak w przeciwieństwie do EUTM ochrona jest nieodpłatna. Podstawową różnicą między oznaczeniami geograficznymi a unijnym znakiem towarowym jest to, że ten pierwszy identyfikuje towar jako pochodzący z określonego terenu, ten drugi identyfikuje produkt jako pochodzący z konkretnego przedsiębiorstwa¹¹.

Należy wyjaśnić, że możliwe jest zarejestrowanie znaku jako indywidualny unijny znak towarowy lub jako unijny znak wspólny. Indywidualny EUTM to

⁷ Zielona księga w sprawie jakości produktów rolnych: normy jakości produktów, wymogi w zakresie produkcji rolnej, systemy jakości, /KOM/2008/0641, wersja ostateczna/ 2008, s. 13.

⁸ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012 z 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych, Dz.Urz. UE L 343/1 z 14.12.2012.

⁹ Dz.Urz. UE L 78/1 z 24.03.2009.

¹⁰ Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 z 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (t.j.), Dz.Urz. UE L 154/1 z 16.06.2017.

¹¹ Tak G.E. Evans, *The Comparative Advantages of Geographical Indications and Community Trademarks for the Marketing of Agricultural Products in the European Union*, „International Review of Intellectual Property and Competition Law (IIC)” 2010, 41(6), s. 649.

oznaczenie umożliwiające odróżnienie towarów lub usług jednego przedsiębiorstwa (będącego właścicielem znaku) od towarów lub usług innych przedsiębiorstw (art. 4 pkt a) rozporządzenia (UE) 2017/1001). W przeciwieństwie do tego wspólny EUTM pozwala odróżniać towary lub usługi wszystkich członków organizacji, która jest właścicielem znaku, od towarów lub usług innych przedsiębiorstw (art. 74 rozporządzenia (UE) 2017/1001). Właścicielem wspólnego EUTM może być organizacja wytwórców, producentów, usługodawców lub handlowców, jak również osoba prawna uregulowana prawem publicznym. Na niej spoczywa odpowiedzialność za nadzór nad wykorzystaniem znaku przez jej członków.

W odniesieniu do wskazywania geograficznego pochodzenia towaru istnieje zasadnicza różnica między dwoma znakami. W przypadku indywidualnego znaku towarowego bezwzględnie odmawia się rejestracji znaków towarowych zawierających lub składających się z nazwy pochodzenia lub oznaczenia geograficznego, zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem Rady (UE) nr 1151/2012, których dotyczy jedna z sytuacji objętych przez art. 13 wspomnianego rozporządzenia i które odnoszą się do tego samego typu produktu, pod warunkiem że zgłoszenie znaku towarowego do rejestracji zostało złożone po dacie zgłoszenia do rejestracji w Komisji nazwy pochodzenia lub oznaczenia geograficznego (art. 7 ust. 1 lit. k-m rozporządzenia (UE) 2017/1001).

Natomiast wspólnym unijnym znakiem towarowym mogą być znaki lub oznaczenia, które służą w obrocie dla oznaczenia geograficznego pochodzenia towarów lub usług (art. 74 ust. 2 rozporządzenia (UE) 2017/1001), jak wspomniane wyżej, lub np. znak *Genuine Bavarian Beer* („prawdziwe piwo bawarskie”). Wspólny znak nie uprawnia właściciela do zakazywania osobom trzecim używania w obrocie takich znaków lub oznaczeń pod warunkiem, że używają ich zgodnie z uczciwymi praktykami w przemyśle i handlu. W szczególności taki znak nie może być powołany wobec strony trzeciej, która jest uprawniona do używania nazwy geograficznej, zwłaszcza, gdy ma ona prawo używać nazwy geograficznej na podstawie zarejestrowanego ChOG lub ChNP.

Dla przykładu: niemieckie stowarzyszenie *Bayerischer Brauerbund e.V.*, które posiada wspólny EUTM „prawdziwe piwo bawarskie”, nie może uniemożliwić żadnej innej osobie trzeciej używania terminów związanych z Bawarią, jeśli takie użycie jest uczciwe, zwłaszcza gdy nazwa „Bawarski” (lub „Bayerische” w języku niemieckim) jest zarejestrowana jako część prawidłowego ChOG lub ChNP. Ponadto wszystkie osoby, których towary lub usługi pochodzą z danego obszaru geograficznego, powinny mieć możliwość uży-

skania członkostwa w organizacji, która jest właścicielem znaku (art. 75 ust. 2 rozporządzenia (UE) 2017/1001).

Utworzenie wspólnego EUTM wymaga przedstawienia przez zgłaszającego unijny znak wspólny regulaminu używania znaku. Zgłaszający powinien w nim wskazać osoby upoważnione do używania znaku, warunki członkostwa w organizacji i, jeżeli takie istnieją, sposoby używania znaku, włącznie z sankcjami (art. 75 rozporządzenia (UE) 2017/1001). Warunki używania wspólnego EUTM mogą być bardzo różne, poczynając od wykazu konkretnych składników, ilości, które mają być użyte, poprzez wskazanie obszaru, w którym produkt musi być wytwarzany, aż do wymogu, aby przychody ze sprzedaży takich towarów były przeznaczane na potrzeby lokalnej społeczności.

Wspólny unijny znak towarowy powinien być używany tylko przez podmioty i w odniesieniu do towarów, które odpowiadają warunkom regulaminu. Na przykład wspólny EUTM „PARMA”, zawierający nazwę „Parma” w koronie, należy do stowarzyszenia *Consorzio del Prosciutto di Parma* (zwanego dalej „Konsorcjum”¹²). Jedynie producenci szynki parmeńskiej, którzy spełniają wymogi korzystania ze wspólnego EUTM, mogą zostać członkami Konsorcjum, a tym samym umieścić ten znak na opakowaniu swoich produktów, używać go w reklamie itp. Konsorcjum nie ma jednak prawa uniemożliwić innym producentom z siedzibą w Parmie używania nazwy „Parma” jako takiej w celu wprowadzania na rynek produktów pochodzących z regionu Parmy, oczywiście pod warunkiem, że logo lub oznaczenie używane w powiązaniu z tą nazwą nie jest podobne do graficznego przedstawienia znaku towarowego „PARMA” w koronie¹³.

3. Krajowe systemy jakości

Polski system jakości „Poznaj Dobrą Żywność” wprowadzony został na mocy ustawy z 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych¹⁴. Przyznawany jest artykułom rolno-spożywczym o wyróżniających się cechach jakościowych, określonych w art. 13 ust. 1 powyższej ustawy, tj. ze względu na skład surowcowy, cechy mikrobiologiczne i senso-

¹² Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelktualnej, Unijny znak towarowy „PARMA” (wspólny), nr 001116201.

¹³ Y. van Couter, F. d’Ath, *Protecting the Origin of Foodstuffs in the European Union Indications of origin and trademarks as intellectual property tools*, „Rivista di Diritto Alimentare” 2016, nr 2, s. 59.

¹⁴ Dz.U. z 2001 r. nr 5 poz. 44 ze zm.

ryczne, zawartość składników odżywczych i funkcjonalnych, ilość stosowanych substancji dodatkowych oraz metody przetwarzania i utrwalania. Przepisy wspomnianego aktu prawnego wymagają od wnioskodawcy udokumentowania wyróżniającej się jakości wytwarzanych produktów. W procedurze przyznania znaku uczestniczy Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych i Kolegium Naukowe do spraw jakości produktów żywnościowych Programu „Poznaj Dobrą Żywność”. Decyzję o przyznaniu lub odmowie przyznania znaku wydaje Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Artykuły rolno-spożywcze, którym nadano znak jakości „Poznaj Dobrą Żywność”, podlegają urzędowej kontroli żywności w okresie ważności znaku (art. 14 ust. 1 ustawy z 21 grudnia 2000 r.).

Biorąc pod uwagę wymagania ustawowe dotyczące szczególnych cech produktu opatrzonego znakiem, których spełnienie weryfikowane jest urzędowymi kontrolami, można stwierdzić, że oznaczenie „Poznaj Dobrą Żywność” jest wiarygodną informacją i potwierdzeniem posiadania przez produkty właściwości wskazanych w ustawie. Nie wskazuje jednak na związek z określonym terytorium. W praktyce producenci często jednak dobrowolnie umieszczają na produkcie informację o miejscu jego pochodzenia (np. Cydr Lubelski, Maślanka Mrągowska).

„Jakość Tradycja” to kolejny znak jakości, który, w przeciwieństwie do wyżej omawianego „Poznaj Dobrą Żywność”, nie został wprowadzony na mocy ustawy, lecz wykorzystuje instrumenty prawa własności przemysłowej. Jest systemem certyfikacji dla wyróżniania i promocji tradycyjnych produktów żywnościowych wysokiej jakości, stworzonym przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego (zwaną dalej „Izbą”). „Jakość Tradycja” jest wspólnym znakiem towarowym zarejestrowanym w Urzędzie Patentowym pod numerem Z307821¹⁵ i chronionym zgodnie z prawem własności przemysłowej jako wspólny znak towarowy gwarancyjny¹⁶. Mogą do niego przystąpić producenci produktów rolnych, środków spożywczych i napojów spirytusowych, jeśli ich produkty spełniają określone w Regulaminie Izby wymagania. Właściwości, którymi muszą się charakteryzować, powinny być wykazane w specyfikacji. Należą do nich: tradycyjny skład lub tradycyjny sposób wytwarzania, szczególna jakość wynikająca z ich tradycyjnego charakteru lub wyrażająca ich tradycyjny charakter, szczególna jakość lub reputacja odróżniająca je od produktów należących do tej samej kategorii. Za produkty o tra-

¹⁵ Numer prawa wyłącznego 184480.

¹⁶ Ustawa z 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 776.

dycyjnym składzie, tradycyjnym sposobie wytwarzania, tradycyjnym charakterze uważa się takie, które posiadają co najmniej pięćdziesięcioletni rodowód (dwa pokolenia), a za tradycyjne rasy i odmiany uważa się te, które użytkowano przed 1956 rokiem. Z punktu widzenia producentów tak długi okres (znacznie dłuższy niż przewidziany dla GTS) jest wymogiem restrykcyjnym, ale dla konsumentów stanowi większą gwarancję „tradycyjności” produktu.

Ponadto produkty muszą zostać wytworzone przy użyciu naturalnych surowców, przez które rozumie się surowce pochodzące z gospodarstwa ekologicznego lub stosującego Dobrą Praktykę Rolniczą i Dobrą Praktykę Hodowlaną, z wyłączeniem GMO. Produkcja powinna odpowiadać wymogom identyfikowalności. Prawo do znaku udzielane jest na okres 2 albo 3 lat z możliwością przedłużenia i jest odpłatne. W celu odnowienia ochrony producent musi przedstawić dokumentację kontroli związanej z posiadaniem certyfikatem zgodności.

Decyzję o przyznaniu lub odebraniu znaku podejmuje Kapituła, składająca się z przedstawicieli Izby, przedstawicieli Związku Województw RP delegowanych przez Zarząd Związku Województw RP i niezależnych ekspertów. Istotnym elementem gwarancji spełniania przez produkt właściwości wskazanych w specyfikacji jest nadzór nad procesem produkcji przez jednostki certyfikujące, akredytowane zgodnie z normą PN-EN 45011 i upoważnione przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Istota omawianego znaku nie polega na ochronie nazwy pochodzenia produktu i, w przeciwieństwie do unijnego wspólnego znaku towarowego, nie wskazuje na miejsce pochodzenia, lecz na tradycyjne metody produkcji, wykazując pod tym względem podobieństwo do GTS. Znak może być przyznany również produktom zarejestrowanym w UE jako ChNP lub ChOG lub GTS, odgrywając w takim wypadku rolę dodatkowego instrumentu wyróżnienia jakości produktu związanej z miejscem pochodzenia. Przykładem produktu opatrzonego znakiem „Jakość Tradycja” o chronionym oznaczeniu geograficznym jest Wielkopolski ser smażony¹⁷.

Warto jeszcze wspomnieć o innym instrumencie wyróżniania produktów tradycyjnych i regionalnych, jakim jest Lista Produktów Tradycyjnych¹⁸, utworzona na mocy ustawy z 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach

¹⁷ Rozporządzenie Komisji (WE) nr 323/2009 z 20 kwietnia 2009 r. rejestrujące niektóre nazwy w rejestrze chronionych nazw pochodzenia i chronionych oznaczeń geograficznych, np. Wielkopolski ser smażony (ChOG), Budapesti téliszalámi (ChOG), Dz.Urz. UE L 101/14 z 21.04.2009.

¹⁸ Dalej powoływana jako „Lista”.

tradycyjnych¹⁹. Prowadzona jest przez ministra właściwego do spraw rynków rolnych. Na Listę mogą być wpisane produkty rolne i środki spożywcze, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji, stanowiące element dziedzictwa kulturowego regionu, w którym są wytwarzane oraz będące elementem tożsamości społeczności lokalnej (art. 47 ust. 1 ustawy z 17 grudnia 2004 r.). Za tradycyjne metody produkcji uważa się metody wykorzystywane co najmniej od 25 lat (art. 47 ust. 1a ustawy z 17 grudnia 2004 r.). Wniosek o wpis na Listę zawiera m.in. charakterystykę produktu rolnego, wykaz surowców wykorzystywanych do jego produkcji czy produkcji środka spożywczego lub napoju spirytusowego, informacje dotyczące tradycji, pochodzenia oraz historii produktu, metodę wytworzenia.

Należy podkreślić dwie kwestie związane z potwierdzeniem cech produktu, w tym jego pochodzenia. Po pierwsze, spełnienie wymagań ustawowych odnośnie do jakości produktu nie jest weryfikowane przez organ państwowy ani przez akredytowaną jednostkę certyfikującą. Po drugie, nazwa produktu umieszczonego na Liście najczęściej wskazuje na miejsce jego pochodzenia (np. ser kozi łomnicki, twaróg sudecki, miód witosławski). Nie podlega ona jednak ochronie wynikającej z ustawy, a użycie nazwy produktu tradycyjnego odnoszącej się do obszaru geograficznego nie stanowi uznania pochodzenia tego produktu z obszaru, do którego nawiązuje ta nazwa. Ponadto produkty nie są opatrywane żadnym oznaczeniem informującym o tym, że zostały wyróżnione wpisem na Listę. Jedynie Lista jest informacją o szczególnej jakości i tradycji produktu, o których mowa w ustawie. Nie może być jednak uznana za wiarygodną formę potwierdzenia wskazanych walorów z uwagi na brak kontroli *ex post* i *ex ante* pod kątem spełnienia przez dany produkt określonych cech jakościowych.

4. Podsumowanie

Podstawowym instrumentem prawnym wyróżniania produktów lokalnych i regionalnych są unijne systemy jakości. Przeprowadzone rozważania pozwalają zauważyć, że wspólny EUTM, podobnie jak ChOG lub ChNP, również może być narzędziem wyróżniającym geograficzne pochodzenie produktów żywnościowych, jeżeli składa się z oznaczenia wskazującego miejsce lub

¹⁹ T.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 1168.

obszar geograficzny oraz gdy regulamin korzystania ze wspólnego EUTM określa, na jakim obszarze produkty powinny być wytwarzane.

Omówiony polski system jakości „Poznaj Dobrą Żywność” jest uregulowany ustawą, a dla wspólnego krajowego znaku towarowego „Jakość Tradycja”, chronionego prawem własności przemysłowej, określony został regulamin używania tego znaku. Wymogi odnośnie do używania omówionych oznaczeń nie przewidują obowiązku wskazywania miejsca wytworzenia produktów. Dlatego nie stanowią one w wystarczającym stopniu instrumentu wyróżniania lokalnych produktów. Aby mogły odgrywać taką rolę konieczne jest, by producenci dobrowolnie umieszczali na produktach wyróżnionych znakami jakości informację o ich pochodzeniu z określonego regionu.

Z kolei produkty wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych, choć najczęściej zawierają w swej nazwie miejsce ich wytworzenia, nie są opatrywane specjalnymi oznaczeniami, symbolami lub znakami. Zatem informacja o ich wyróżnieniu ze względu na szczególne cechy, związane z ich pochodzeniem z określonego regionu, nie jest komunikowana konsumentom na rynku. Jedynie Lista spełnia funkcję informacyjną. Należy zatem stwierdzić, że jest ona słabym instrumentem wyróżniania lokalnych produktów. W celu jego wzmocnienia konieczne są dodatkowe działania promocyjne, aby poinformować konsumentów o tym, że produkty pochodzące z danego regionu wpisane są na Listę.

LEGAL ASPECTS OF SELECTED QUALITY LABELS AS INSTRUMENTS FOR DISTINGUISHING LOCAL PRODUCTS

Summary

The purpose of the discussion is an attempt to answer the question of whether the quality labels or designations regulated at the EU or domestic level can serve as an instrument for distinguishing local products. The analysis covered the collective European Union Trade Mark (EUTM) and selected Polish designations such as “Jakość Tradycja” (“Quality Tradition”), “Poznaj Dobrą Żywność” (“Know Good Food”) as well as the List of Traditional Products.

A EUTM, like the Protected Designation of Origin or a Protected Geographical Indication, may serve as a tool for distinguishing the geographical origin of food products if it consists of a designation specifying the place or geographical area of origin and when the rules of use of the common EUTM specify in which territory products should be produced.

Polish quality marks “Know Good Food” and “Quality Tradition” do not indicate the place of manufacture of products. In order for them to play the role of an instrument for distinguishing local products, it is essential that producers include information on the origin of their products on a voluntary basis. On the other hand, products entered on the Traditional Products List, although they usually contain the place of manufacture in their name,

are not marked with special designations, symbols or signs. Therefore, information on their distinction due to their regional origin characteristics is not communicated to consumers in the market.

ASPETTI GIURIDICI DI MARCHI DI QUALITÀ SCELTI COME STRUMENTI VOLTI A CONTRADDISTINGUERE I PRODOTTI LOCALI

Riassunto

L'obiettivo del presente studio è di rispondere alla domanda se le denominazioni e i marchi di qualità regolamentati a livello UE e nazionale possano costituire uno strumento volto a contraddistinguere i prodotti locali. L'analisi è stata incentrata sul marchio collettivo dell'UE (EUTM) e su alcune denominazioni polacche scelte: „Jakość Tradycja”, „Poznaj Dobrą Żywność”, come anche su un elenco: Elenco Prodotti Tradizionali.

Il marchio collettivo, al pari della Denominazione di Origine Controllata e dell'Indicazione Geografica Protetta, può aiutare a contraddistinguere la provenienza geografica dei prodotti alimentari, se esso specifica un luogo o un'area geografica di provenienza, e se il regolamento per l'uso del marchio in esame indica l'area di produzione.

I marchi polacchi di qualità „Poznaj Dobrą Żywność” e „Jakość Tradycja” non indicano la provenienza geografica del prodotto. Affinché essi possano ambire a contraddistinguere i prodotti locali, è necessario che i produttori, volontariamente, introducano tale informazione sull'imballaggio dei prodotti. Per quanto riguarda, invece, i prodotti inseriti nell'Elenco Prodotti Tradizionali, anche se nella maggior parte dei casi il luogo di produzione è parte integrante del loro nome, essi sono carenti di informazioni su denominazioni, simboli e marchi speciali. Pertanto, il consumatore è tenuto all'oscuro dei riconoscimenti conferiti a causa delle caratteristiche risultanti da una specifica provenienza regionale.