

Общая концепция – Географические Указания



Содержание

- Различное влияние/воздействие успешных ГУ
- Что такое географические указания?
- История
- Область
- Значение во всем мире
- Виртуальный цикл ГУ

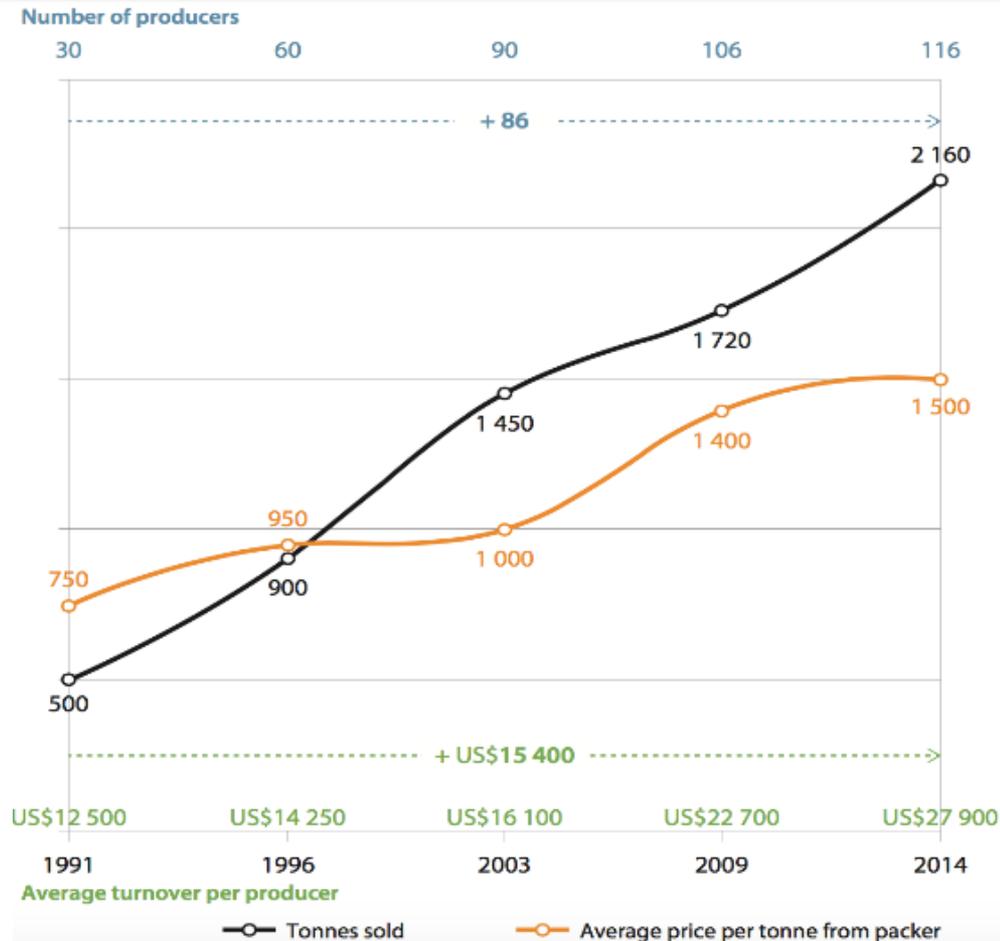
**Экономическое развитие страны
в значительной степени зависит
от её узнаваемости и
эффективности на экспортных
рынках**

Северный лук



Влияние коллективных действий и защита продаж и цен

- Кооператив создан в начале 1990-х годов
- Ассоциация по охране и популяризации Севеннского лука в качестве географического указания в 1996 г.
- Статус ГУ присвоен в 2003 году (во Франции)



“Эспелетский перец” Жгучий Эспелетский перец.



“Эспелетский перец”

Жгучий Эспелетский перец.

- Ассоциация по защите "Piment d'Espelette" была создана в апреле 1993 года как ответная реакция на случаи мошенничества.
- Статус ГУ, получен в 2000 году
- Повышение :
 - в цене от 10 евро (1994 г.) до 20 евро (2004 г.).
 - производители (от 30 до 58)
 - площадь (от 8 до 28 га)
 - туризм: 600.000 посетителей в год на 600 местных жителей
- Рост туризма: 600 000 посетителей в год на 600 жителей

Так что же такое ГУ?

Географическое указание (ГУ) – это **знак / обозначение**, фигурирующее на товарах, которые происходят из определенного географического региона и обладают свойствами или репутацией, обусловленными местом их происхождения.

Обозначение / знак может выполнять функции ГУ только в том случае, если оно указывает на происхождение продукта в привязке к определенной местности.

Они отличаются от аналогичных продуктов ввиду своей связи с терруаром.

Так что же такое ГУ?

Терруар (Terroir)

Отграниченная географическая область, жители которой в процессе исторического развития накопили коллективные знания и разработали технологии производства, что определило своеобразие, типичный характер и репутацию продукта, происходящего из этой области.

Терруар включает в себя климат, рельеф местности, солнечные дни, состав почвы и ее влажность, в понятие также входят такие нюансы, как экспозиция склона, количество осадков и погодные катаклизмы (резкие перепады температур)

Так что же такое ГУ?

«Географическое Указание» означает название региона, местности или, в исключительных случаях, страны, которое используется для описания сельскохозяйственной продукции и продуктов питания происходящих из этого региона, местности или страны; обладающих специфическим качеством, репутацией или другими характеристиками, **обусловленными географическим местом происхождения** и; **производство, и/или обработка, и/или приготовление которых происходит в определенной географической зоне.**

Давать имена продуктам по месту их происхождению: старая традиция

Еще с древности продуктам давались имена по месту их происхождения:

- 5-й век до н.э. вино с греческого острова Хиос, а также оливковые масла и специи.
- В средневековье, сырам давали имена по месту происхождения/производства.
- В 15 веке "Сыр рокфор" определен и защищен спец. декретом.
- Великий герцог Флоренции (Италия) издал указ, определяющий границы 4 винодельческих регионов (Кьянти, Помино, Карминьяно и Вальдарно).

В начале 20-го века, первое французское постановление о защите репутации французских вин.

- В южной Европе (Италия, Испания, Португалия), появляются различные категории (вино, сыр, мясные продукты,...).

На пути к системе ГУ

- **Французский винный сектор в 19 веке: "золотая эра"...** :
 - либерализация после Французской революции
 - совершенствование перевозок (железные дороги)
 - соглашения о местном потреблении и свободной торговле
- **Производство: от 30 М в 1788 г. до 85 М гектолитров в 1875 г.**
- ... но не устойчивый :
 - Больше внимания уделялось количеству, а не качеству
 - частая изменчивость производства, в частности, из-за регулярных болезней винограда
 - Много случаев мошенничества: фальсификация вина (вода, сахар, ...), злоупотребление происхождением, ...

Создание (контролируемого) наименования места происхождения

- **1905 Франция:**
 - Для защиты потребителей в 1905 г. был принят закон о борьбе с мошенничеством при сбыте продукции "связанный с наименованием места происхождения" (борьба с мошенничеством): связь между наименованием и географическим происхождением
- **1935 :**
 - контролируемое наименование места происхождения (АОС - **контроль подлинности происхождения**): связь между наименованием и географическим происхождением + специфические характеристики
 - создание национального института, отвечающего за ГУ (INAO) - с государственным/частным управлением

Создание (контролируемого) наименования места происхождения

Национальный институт происхождения и качества INAO — французская организация, отвечающая за контроль французской сельскохозяйственной продукции с защищенным географическим статусом (год создания 1935). Подчиняется Французскому правительству и является частью Министерства сельского хозяйства Франции – ГЧП

Чтобы иметь право называть вино «шампанским», недостаточно, чтобы вино просто было **изготовлено в провинции Шампань**. Необходимо чётко придерживаться определенных правил при изготовлении, а именно: использовать только строго определенные сорта винограда и строго определенную технологию виноделия.

В случае несоблюдения любого из правил конечный продукт не имеет права носить название шампанское. Обычно такие вина называют «игристыми».

Эти правила не ограничиваются только вином. Согласно правилам INAO изготавливают также сыр, мясо, молоко, морепродукты, мёд, фрукты и овощи.

Расширение до концепции ГУ

- С 1990-х годов: новая концепция ГУ с более слабой связью с происхождением, чем для наименований места происхождения продукции
- ЕС с 1992 года (28 членов): наименование места происхождения продукции + Географические Указания
- Соглашение ТРИПС, действующее во всех странах-членах ВТО, 1994 г. (164 члена): ГУ

Соглашение ТРИПС “Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности”

ОХРАНА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ УКАЗАНИЙ

Для целей настоящего Соглашения географические указания представляют собой обозначения, которые идентифицируют товар как происходящий с территории члена или региона или местности на этой территории, где определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени связываются с его географическим происхождением.

Расширение до концепции ГУ

- Женевский акт Лиссабонского соглашения (1958, 2015 гг.): ГУ + НМП

Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации - соглашение, которое было принято в октябре 1958 года.

Женевский акт дает возможность осуществлять международную регистрацию не только наименований мест происхождения, но и географических указаний (ГУ). Женевский акт 2015 года – обеспечивают международную охрану наименований мест происхождения и **географических указаний** с помощью единой процедуры в рамках ВОИС (всемирная организация интеллектуальной собственности).

Соглашение ТРИПС (статья 22): Географические указания

- Товар как происходящий с территории члена или региона или местности на этой территории,
- где определенное качество, репутация или другие характеристики товара
- в значительной степени связываются с его географическим происхождением.

ГУ – основные показатели

- Мировой рынок ГУ: 50 млрд евро
- Расширение мирового присутствия: более 10 000 зарегистрированных продуктов в 80 странах мира
- Италия: 430 продуктов ГУ с рыночной стоимостью 12 миллиардов евро, занято 300 000 человек.
- Франция: 593 продукта ГУ с рыночной стоимостью 19 млрд. евро, 10% от общей рыночной стоимости продуктов питания, 138 000 фермеров.

[Source : http://www.wired.co.uk/news/archive/2016-03/02/marble-machine-video](http://www.wired.co.uk/news/archive/2016-03/02/marble-machine-video)

Исследование ФАО об экономическом воздействии ГУ (готовится к выпуску)

Воздействие

Выгодно регионам

ГУ поддерживает рабочие места в сельской местности и обеспечивает стабильность бизнеса - производство не может быть перемещено за границу, развитие сельских районов.

Выгодно средним и малым производителям

Доступность коллективного бренда: название не зарезервировано за одним производителем, а может использоваться всеми производителями с соблюдением спецификации.

Дифференциация (выделение) на рынке часто позволяет установить лучшую цену.

Воздействие

Выгодно потребителю

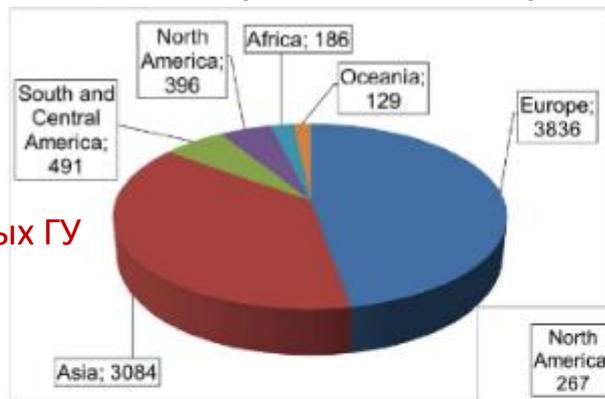
Происхождение продукта – гарантия подлинности и качества

Гарантировано контролем на производственной площадке и на рынке

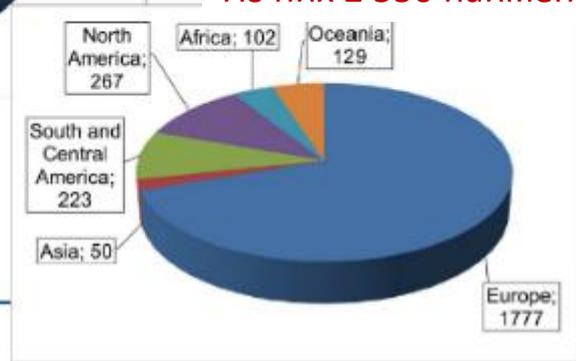
Географические Указания по всему миру

- Более 8000 географических указаний, признанных основными международными договорами
- В основном в Европе (более 3000) и Азии (более 3000)

8 122 зарегистрированных ГУ



Из них 2 550 наименований вин



Source: oriGIn Worldwide Gis Compilation

4 фазы виртуального цикла ГУ

1. **Идентификация:** повышение осведомленности местных заинтересованных сторон и оценка потенциала продукта.
2. **Квалификация:** установление правил производства и сбыта обязательных к выполнению, с учётом сохранения местных ресурсов
3. **Вознаграждение:** управление системой, маркетинг продуктов
4. **Воспроизводство** местных ресурсов: оценка для обеспечения повышения устойчивости системы
5. **Государственная политика:** обеспечение институциональной и иной поддержки на различных этапах цикла..



1. Идентификация

- Четкая/ясная идентификация продуктов, особое качество которых связано с местом их происхождения, и местные ресурсы, необходимые для их производства (как природные, так и человеческих ноу-хау).
- Информирование и мобилизация местных производителей/переработчиков о потенциале конкретных местных продуктов/ресурсов.
- Идентификация/определение репутации, уникальности и качества продукта (может потребовать проведения научных исследований и анализа)



2. Квалификация.

- Четкое/ясное описание характеристик производственной зоны, процесса производства и качества продукта. **С участием групп производителей/переработчиков опр. секторов**
- Практическое Руководство (ПР – сборник требований, спецификация продукта, дисциплинарный документ): критерии и требования, обеспечивающие конкретное качество конечного продукта.
- Определение наименования ГУ и этикетки бренда для взаимодействия/общения с потребителями



5. Государственная политика.

- Создание соответствующей правовой базы
- Создание институциональных возможностей
- Упрощение процедур
- Продвигать коллективный характер
- Вовлечение науки, проведение исследований (история, связь прод. с территорией и т.д.)
- Финансовая и/или техническая помощь

Источники и литература:

1. Публикация ФАО **“Географические указания: закрепляя взаимосвязь людей, мест и продуктов”**
<https://www.fao.org/3/i1760ru/i1760ru>
2. Материалы проекта **“Региональная интеграция и наращивание потенциала для повышения конкурентоспособности ММСП в агробизнесе и содействие торговле в Центральной Азии”** разработанные консорциумом CANDY при финансовой поддержке Программы Европейского Союза **“Центральная Азия – Инвест V”** <https://www.hilfswerk.tj/en/candy-v/>



Спасибо за внимание