

MARIA POŹNIAK-NIEDZIELSKA

OCHRONA NAZW GEOGRAFICZNYCH SŁUŻĄCYCH OZNACZANIU POCHODZENIA TOWARÓW

I. Rodowód oznaczeń wskazujących na pochodzenie towarów z określonego terytorium sięga czasów starożytnych, a ich stosowanie utrzymywało się przez całe stulecia aż do czasów obecnych¹. W czasach współczesnych rola tych oznaczeń bynajmniej nie zmalała. Ogólny wzrost poziomu życia, a także czyste przemieszczanie się ludzi w celach turystycznych prowadzą do pewnego wyrafinowania gustów, zaciekawienia innymi krajami i ich wytworami, etc. W tych warunkach oznaczenia geograficzne produktów nie utraciły swego znaczenia, a ich wartość ekonomiczna stale wzrasta. Odgrywają one także ważną rolę jako instrument marketingu handlowego, przyczyniając się jednocześnie do utrzymania pewnej przejrzystości rynku i ułatwiając konsumentom dokonanie wyboru².

Jak tego dowodzą badania ankietowe, pochodzenie towarów z pewnego terytorium stanowi często czynnik deiterminujący decyzję zakupu tego towaru. Wobec tego należy chronić konsumenta przed wprowadzaniem go w błąd przez stosowanie oznaczeń nieprawdziwych, a także odpowiednio zróżnicować pod tym względem towary, umożliwiając podjęcie decyzji uwzględniającej preferencje konsumenta. Celem ochrony jest więc przede wszystkim zapobieganie używaniu oznaczeń, które mogą wyprowadzać w błąd odbiorców. Jednakże podkreśla się również konieczność ochrony przed nieuczciwą konkurencją zwracając uwagę, że w razie używania fałszywego oznaczenia geograficznego szkodę ponoszą nie tylko konsumenci, lecz także inni producenci takich samych towarów, którzy lojalnie powstrzymują się od używania pewnych nazw³. Szkoda polega na przywłaszczeniu sobie siły atrakcyjnej oznaczania, w celu zdobycia przewagi na rynku, a czasami także na osłabianiu renomy auten-

¹ Por. M. Plaisant, F. Jacq, *Traité de noms et appellations d'origine*, Paris 1921.

² F. K. Beier, *La nécessité de protéger les indications de provenance et les appellations d'origine dans le Marché Commun*, *Propriété, Industrielle* 6/1977, s. 160 i nast.

³ F. K. Beier, *Protection of Geografie Denominations of Goods and Services*, Sijthoff a Noordhoff 1980.

tycznych produktów w razie lansowania pod określoną nazwą produktów nie mających właściwości, jakie w oczach publiczności łączą się z tą nazwą.

Kierując się tymi względami w ustawodawstwie wielu krajów ustanowiono ochronę oznaczeń geograficznych Wskazujących na miejsce pochodzenia wytworów, przyznając prawo używania tych oznaczeń tylko tym osobom, które wytwarzają swe towary na określonym terytorium, a także osobom, które wprowadzają do obrotu wytworzone na tym terytorium towary.

Przeciwko objęciu ochroną oznaczeń geograficznych jednak zgłaszano także pewne zastrzeżenia, wysuwając sugestie, że monopolizowanie tych oznaczeń przyczynia się do stwarzania w sposób sztuczny pewnych preferencji na rzecz towarów pochodzących z określonych krajów, regionów, itp. Zwolennicy tego stanowiska twierdzą, że ochrona wszelkich tego rodzaju oznaczeń przyczynia się do kreowania przywilejów na rzecz producentów pochodzących z określonych państw, co jest sprzeczne z zasadami wolności przemysłowej i handlowej.

W związku z tym wysunięto pewne zastrzeżenia wobec statuowania ochrony wszelkich oznaczeń geograficznych, postulując zacieśnienie ochrony do tych tylko sytuacji, w których istnieje obiektywna zależność między jakością towaru a jego pochodzeniem. Wydaje się, że ta tendencja nie jest uzasadniona. Jeżeli bowiem chronimy wszelkie inne oznaczenia wskazujące na pochodzenie towaru (znaki towarowe, nazwy handlowe i inne) bez względu na to, czy stanowią one gwarancję określonej jakości, to nie ma przeszkód, by chronić również wszelkie oznaczenia geograficzne, które wskazują na miejsce pochodzenia towaru.

Ochrona oznaczeń geograficznych jest skierowana przeciwko następującym działaniom:

a) używaniu oznaczeń geograficznych w sposób, który może wprowadzać w błąd klientelę, co do miejsca pochodzenia towaru. Najczęściej spotykaną formą takiego używania jest umieszczenie nieprawdziwego oznaczenia na towarze lub jego opakowaniu. Przesłanką ochrony jest możliwość wywołania pomyłki wśród odbiorców co do miejsca pochodzenia towaru. O tym, czy możliwość taka istnieje, można się przekonać po dokonaniu odpowiedniego «sondażu, który może m. in. polegać na zbadaniu, czy nastąpiło zjawisko degeneracji oznaczenia, polegające na przekształceniu się oznaczenia pochodzenia w tzw. termin rodzajowy. Chodzi tu mianowicie o takie sytuacje, gdy w przekonaniu odbiorców pewne nazwy geograficzne stały się oznaczeniami wskazującymi tylko na rodzaj lub naturę produktu (np. słowo „fajans” od dawna przestało się już kojarzyć z nazwą miejscowości włoskiej Faenza);

b) przed naśladownictwem, które w tym wypadku może polegać na zmodyfikowaniu nazwy przy jednoczesnym utrzymaniu jej brzmienia fonetycznego;

c) innym praktykom, jak np. używanie określeń w sposób pośredni łączących towar z określonym miejscem [geograficznym poprzez dodanie do nazwy tego miejsca słowa „rodzaj”, „typ”, „sposób”. Użycie takich określeń jakkolwiek pośrednio wskazuje, że towar nie pochodzi z wymienionego miejsca, tworzy jednak pewną supozycję, że ma on określone cechy, jakie z reguły mają towary pochodzące ze wskazanego terytorium. W takim wypadku istnieje więc ryzyko pomyłki, gdyż nie ma żadnej pewności, że towary zaopatrzone oznaczeniem, nawet poprzedzonym odpowiednią wzmianką, w rzeczywistości mają odpowiednie właściwości⁴.

II. W świetle art. 1 Konwencji Paryskiej z 1883 r. o ochronie własności przemysłowej oznaczenia geograficzne dzielą się na dwie kategorie: a) oznaczenia pochodzenia (*indications de provenance*, *Herkunftangabe*, *indications of source*), b) nazwy pochodzenia (*appellation d'origine*, *Ursprungsbezeichnung*, *Appellations of Origins*).

Różnica między nimi wyraża się w tym, że oznaczenie pochodzenia stanowi tylko wskazanie miejsca pochodzenia wytworu, podczas gdy nazwa pochodzenia nie tylko określa miejsce pochodzenia towaru pod względem geograficznym, lecz jest także gwarancją posiadania przezeń pewnych właściwości.

W świetle ustawodawstwa, w którym instytucja nazwy pochodzenia (*appellation d'origine*) jest chyba najwszechstronniej uregulowana, a mianowicie w prawie francuskim, używanie nazwy pochodzenia jest dozwolone w takich wypadkach, gdy między produktem a jego geograficzną lokalizacją istnieje pewien obiektywny stosunek, tj. gdy szczególne właściwości miejsca, z którego pochodzi produkt, wpływają rzeczywiście na właściwości tego produktu. Jak z tego wynika, nazwa pochodzenia nadaje się zwłaszcza do oznaczania produktów naturalnych, a w szczególności do płodów ziemi i artykułów winno-ogrodniczych.

Zakres ochrony przyznawanej oznaczeniom geograficznym w poszczególnych krajach jest zróżnicowany⁵. Ogólnie stwierdzić można, że kraje, które posiadają wiele nazw geograficznych stanowiących oznaczenia cieszące się dobrą renomą, najczęściej chronią je specjalnie w tym celu ustanowionymi przepisami, z reguły łącząc ze stosowaniem takiego oznaczenia zapewnienie określonej jakości towaru. W innych krajach ten aspekt zagadnienia właściwie przesuwają na dalszy plan, a nazwy geograficzne stosowane do oznaczania towarów podlegają ochronie na ogólnych zasadach, na których oparta jest ochrona wszelkich tzw. znaków odróżniających (*signes distinctives*). Mimo tych różnic efekt ostateczny

⁴ Por. np. R. W. Benson, *Vers un nouveau traité sur la protection des indications géographiques*, *Propriété Industrielle* 4/1978, s. 134-145.

⁵ Por. na ten temat zwłaszcza J. M. Auly, R. Plaisant, *Le droit des appellations d'origine*, Paris 1974, s. 241 i nast.

bywa czasem podobny, ponieważ nawet kraje, które nie chronią własnych oznaczeń pochodzenia i nazw pochodzenia, uznają czasem zasadę ochrony praw nabytych w kraju pochodzenia.

W każdym jednak razie z formalnego punktu widzenia należy wyodrębnić dwie grupy ustawodawstw:

1) Kraje nie posiadające specjalnych aktów prawnych regulujących w sposób ogólny ochronę oznaczeń geograficznych wskazujących na miejsce pochodzenia towarów, jak np. W. Brytania, RFN, Stany Zjednoczone Ameryki Płn., Holandia. Oczywiście, nie wynika stąd bynajmniej, że w krajach tych oznaczenia pochodzenia nie podlegają ochronie, ponieważ są one chronione bądź przepisami ustaw o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (RFN), bądź innych aktów ustawodawczych regulujących zawodową działalność handlową (Belgia). W krajach tych ochrona oznaczeń pochodzenia ma na celu przede wszystkim ochronę klienteli przed wprowadzeniem jej w błąd, a nie zagwarantowanie określonej jakości towaru.

2) Do drugiej grupy ustawodawstw należy zaliczyć te kraje, w których istnieją pewne ogólne unormowania (nip. Francja) o ochronie oznaczeń geograficznych.

Dla pierwszej grupy państw najbardziej chyba reprezentatywnym przykładem jest RFN, gdzie normatywną podstawę ochrony oznaczeń pochodzenia stanowi art. 3 ustawy z 1896 r. o nieuczciwej konkurencji, dot. publicznego rozpowszechniania nieprawdziwych danych odnoszących się do towarów, które mogą stwarzać -pozory szczególnie korzystnej oferty. Ochronę nazw pochodzenia dot. artykułów winnych reguluje ustawa z 16.07,1971 r. W RFN ochrona oznaczeń pochodzenia i nazw pochodzenia artykułów innych niż wina itp. opiera się na ogólnej regule zakazującej używania jakichkolwiek znaków odróżniających, które mogłyby wprowadzać w błąd publiczność. W związku z tym orzecznictwo zwraca szczególną uwagę na używanie nazw geograficznych jako znaków towarowych.

W kwestii tej zarysowały się dwie tendencje. W myśl pierwszej nie jest dozwolone używanie nazw geograficznych jako znaków towarowych dla towarów nie pochodzących z określonego obszaru geograficznego, jeżeli z nazwą tego obszaru związana jest pewna renoma i określona jakość towarów. Zgodnie zaś z 'drugą tendencją, mniej liberalną, zakazuje się używania nazw geograficznych w charakterze znaków towarowych, jeżeli nazwy te z jakichkolwiek powodów mogłyby wpłynąć na decyzję odbiorcy o kupnie towaru, który w rzeczywistości nie pochodzi z miejsca określonego tą nazwą geograficzną.

W świetle dotychczasowego orzecznictwa można sądzić, że przewagę zyskała tendencja druga, zgodnie z którą dozwolone jest rejestrowanie jako znaków towarowych tylko tych nazw geograficznych, które stały się nazwami rodzajowymi (np. schantung dla specjalnego rodzaju satyny), nazw fantastycznych, tj. nazw, do których publiczność nie przywiązuje

żadnego znaczenia (np. Grenlandia dla lodów), a także nazw tych miejscowości, w których firma ma swoją siedzibę. Stanowisko orzecznictwa zachodnioniemieckiego wynika zapewne z tego, że w RFN, gdzie nie ma dotychczas odrębnej instytucji nazw pochodzenia, stosunkowo łatwiej wywołać wrażenie, że znak towarowy lub nazwa handlowa zawierająca nazwę geograficzną wskazuje na miejsce pochodzenia towaru. Inaczej jest we Francji, gdzie dzięki obowiązywaniu specjalnego ustawodawstwa regulującego ochronę nazw pochodzenia odbiorcy przywiązują mniejszą uwagę do nazw geograficznych użytych w zarejestrowanych znakach towarowych.

Ustawodawstwo francuskie, które zaliczyć należy do grup ustawodawstw o najbardziej rozwiniętym stopniu ochrony przede wszystkim nazw pochodzenia, ma dość długą już tradycję w tym zakresie⁶. Na pierwszym miejscu należy wymienić ustawę z 6.05.1919 r. ustanawiającą w interesie wytwórców wyłącznie prawo posługiwania się tzw. nazwami pochodzenia, które stanowią zarazem nazwę geograficzną miejsca wytworzenia towaru. Pojęcie jednak nazwy pochodzenia precyzowano dopiero w ustawie z 6.07.1966 r., w myśl której przez nazwę tę rozumie się „oznaczenie miejsca pochodzenia produktów, którego właściwości wynikają z określonego środowiska geograficznego”. Francja posiada ponadto Kodeks Win ustanowiony dekretem z 20.07.1935 r. Na podstawie art. 42 tego kodeksu ustanowiono tzw. kontrolowaną nazwę pochodzenia (*appellation contrôlée*) dla win i wódek, które odpowiadają warunkom produkcji ustalonym przez Instytut National des Appellations d'Origine⁷.

W szereg państw — niezależnie od istnienia lub nieistnienia jakiegokolwiek ogólnej legislacji — wydawane są przepisy szczególne o ochronie nazw pochodzenia artykułów winnych (np. RFN, Portugalia, niektóre kraje socjalistyczne). Nazwy pochodzenia dotyczące artykułów winnych z reguły podlegają odrębnej reglamentacji, której przyświecają następujące cele:

a) ochrona wytwórców tych artykułów, którzy posługują się oznaczeniami cieszącymi się uznaną renomą wśród publiczności, uświęconą stosowaniem miejscowych, stałych i lojalnych metod wytworzenia;

b) zapewnienie określonej jakości produktów oznaczonych tymi nazwami dzięki uzależnieniu prawa do stosowania nazwy pochodzenia od spełnienia ściśle sprecyzowanych warunków, ustalonych w postanowieniach regulaminowych lub statutowych określających granice terytorialne obszaru geograficznego noszącego daną nazwę, metody kultywacji, stosowane szczepy winorośli, etc.;

c) poddanie ścisłej kontroli wykonywania postanowień regulaminów luto statutow;

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem; R. Krasser, *La répression de la concurrence déloyale dans les états membres de la CEE*, t. IV, Paris 1972, s. 371 i nast.

d) zapewnienie ustalonej jakości towarów i ułatwienie dzięki temu promocji określonych artykułów zwłaszcza na rynkach zagranicznych⁸.

W ten sposób prawo posługiwania się nazwą pochodzenia ukształtowane początkowo w interesie wytwórców jako prawo podmiotowe o charakterze wyłącznym ustępuje właściwie miejsca instytucji prawnej o charakterze bardziej publicznym, zmierzającej do ochrony interesów ogólnych. W związku z tym nasuwa się słuszna uwaga, że coraz bardziej zaciera się granica między oznaczeniem pochodzenia a nazwą pochodzenia, która właściwie pełni funkcję oznaczenia pochodzenia, posiadającego specjalny statut⁹.

Pewnej ewolucji podlega jednak także ochrona oznaczeń pochodzenia. W szczególności zarysowuje się tendencja do wyróżniania wśród nich tzw. kwalifikowanych oznaczeń pochodzenia, przez które należy rozumieć te oznaczenia, którymi zaopatrzone towary cieszą się wśród odbiorców szczególną reputacją (np. nazwa „Solingen” dla wyrobów ze stali). Uważa się, że oznaczenia te powinny korzystać z takiej sarniej ochrony jak nazwy pochodzenia, a zatem, że nie powinno być dozwolone używanie takich oznaczeń z jakimikolwiek określeniami odbierającymi im charakter oznaczeń wskazujących na 'miejsce pochodzenia, przekształcanie ich w nazwy rodzajowe oraz oznaczanie nimi produktów nie mających określonej jakości.

III. W Polsce normatywną podstawą ochrony oznaczeń wskazujących na pochodzenie towarów lub usług z określonego obszaru geograficznego stanowi art. 4 ustawy z 1926 r., o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (zwanej dalej u.n.k.)¹⁰. Wprawdzie w powojennej doktrynie prawa wyłoniły się pewne wątpliwości w kwestii mocy obowiązującej tej ustawy w zmienionych warunkach społeczno-gospodarczych, ale ostatecznie przeżył pogląd, którego uzasadnienia nie ma chyba potrzeby w tej chwili bliżej przedstawiać, że ustawa ta nadal obowiązuje¹¹.

Otóż u.n.k. w art. 4 przyznaje wyłączne prawo używania nazw geograficznych dla oznaczenia towarów, wytworów lub świadczeń wszystkim przedsiębiorcom produkującym tego samego rodzaju wytwory w danym okręgu geograficznym lub ich wspólnym przedstawicielstwom oraz przedsiębiorcom zajmującym się sprzedażą tych wytworów. Warunkiem uznania takiego monopolu jest występowanie pewnej siły atrakcyjnej, której oddziaływanie polega na tym, że fakt pochodzenia wytworu z określonego terytorium zwiększa jego atrakcyjność i stanowi czynnik przycią-

⁸ J. M. Auly, R. Plaisant, *Le droit*.

⁹ Por. także P. Roubier, *La propriété industrielle*, t. II, Paris 1954, s. 753 i *risasi*.

¹⁰ Ustawa z 2. 08. 1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 1930 r., Nr 56, poz. 467).

¹¹ J. Waluszewski, *Moc i zakres obowiązywania ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Nowe Prawo 1975, nr 4, s. 511 i nasi

gający klientelę. Utrzymywanie się określonej renomy produktów pochodzących z określonych obszarów geograficznych stanowi więc, jak to wynika z art. 4 u.n.k., warunek sine qua non trwania przyznanej przez ustawę sfery wyłączności. W związku z tym w każdym konkretnym przypadku powinno być stwierdzone utrzymywanie się określonej „reputacji” towarów oraz powinny być ustalone terytorialne granice wyłączności¹². Na mocy art. 4 ust. 2 Rada Ministrów została upoważniona do określania w drodze rozporządzeń warunków używania nazw terytorialnych (regionalnych), a zwłaszcza granic okręgów geograficznych, do których te nazwy się odnoszą.

Naruszeniem przyznanej wyłączności jest takie używanie oznaczenia, które stanowi wprowadzenie w błąd klienteli poprzez wywołanie mniemania, że oferowane wytwory, towary lub świadczenia pochodzą z danego okręgu geograficznego. Oznacza to, że nie każde użycie nazw terytorialnych (regionalnych) jest zakazane. Przesłanką dochodzenia roszczeń jest wprowadzenie w błąd odbiorców. Wynika stąd, że określenia, które wskazują tylko na rodzaj towaru (np. kiełbasa krakowska, chłodnik litewski) nie podlegają ochronie. W takim przypadku mamy bowiem do czynienia nie z oznaczeniem indywidualizującym towar, lecz z nazwą rodzajową. Przez nazwy rodzajowe rozumie się takie nazwy, które charakteryzując istotę towaru, jego właściwości lub funkcje są nazwami ogólnie używanymi w obrocie dla określenia danego towaru (np. ser szwajcarski).

Przedmiotem ochrony przewidzianej w art. 4 u.n.k. są nazwy geograficzne używane do oznaczenia towaru, których funkcją jest wywołanie wśród publiczności wyobrażenia, że towar pochodzi z miejsca wskazanego w nazwie. Nazwa geograficzna wskazując na pochodzenie towaru indywidualizuje towar i wyróżnia go od innych towarów tego samego rodzaju, lecz o innej proveniencji. Rodzaj towaru nie odgrywa żadnej roli. Oznaczenia te mogą służyć identyfikacji nie tylko towarów wytwarzanych naturalnie (artykuły rolnicze, wina, napoje), lecz także towarów produkowanych w sposób przemysłowy lub w ten sposób przetwarzanych.

Nazwy geograficzne służące oznaczaniu pochodzenia towarów stanowią przedmiot wspólnego prawa wszystkich osób prowadzących przedsiębiorstwa na określonym terytorium. Siła atrakcyjna przedsiębiorstw mających siedzibę na określonym terytorium stanowi rodzaj dobra publicznego związanego z położeniem geograficznym. W związku z tym ustawodawca przyznaje wszystkim zainteresowanym prawo skargi (actio in rem) w razie przywłaszczenia sobie tej siły atrakcyjnej przez innych przedsiębiorców.

Na mocy art. 4 u.n.k. legitymacja czynna przysługuje wszystkim

¹² *Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji., z objaśnieniami* A. Krausa i F. Zolla. Poznań 1929, s. 228.

przedsiębiorcom produkującym tego »samego rodzaju towary w danym okręgu geograficznym, ich wspólnym przedstawicielstwem oraz każdemu przedsiębiorcy zajmującemu się sprzedażą owych wyrobów.

Pewne wątpliwości nasuwać się mogą w tych sytuacjach, gdy tylko jedna faza procesu wytwarzania odbywa się na danym obszarze. Jeżeli fakt, że ta właśnie faza produkcji odbywa się na określonym terytorium podnosi renomę produktu, nie ma, jak sądzę, przeszkód, by używać jego nazwy geograficznej dla oznaczenia towaru.

Na mocy art. 1 u.n.k. wyżej wymienionym osobom służą następujące roszczenia: a) o zaniechanie działania i usunięcie przyczyn mogących wywołać pomyłkę u odbiorców, b) wydanie niesłusznie uzyskanych korzyści z trzech ostatnich lat, c) jeżeli działanie było wywołane złym zamiarem lub oczywistym niedbalstwem — o odszkodowanie, d) zadośćuczynienie za wyrządzone krzywdy osobiste — przez ogłoszenie wyroku lub przez odpowiednią deklarację publiczną. Roszczenia te przedawniają się z upływem trzech lat.

Natura prawna uprawnień przyznanych wymienionym w art. 4 u.n.k. osobom nie jest łatwa do określenia.

Jak wiadomo, oznaczenia miejsca pochodzenia należą do tej grupy dóbr niematerialnych, która objęta jest zbiorczą nazwą własności przemysłowej. W doktrynie prawa rozróżnia się dwie grupy dóbr objętych tym pojęciem, a mianowicie: nowe dzieła (wynalazki i wzory) oraz znaki odróżniające (znaki towarowe, firma, oznaczenia pochodzenia towarów). Znaki odróżniające podlegają ochronie prawnej tylko o tyle, o ile spełniają przewidzianą funkcję, tj. o ile rzeczywiście odróżniają towary (lub usługi) określonego rodzaju od innych towarów (usług) tego samego rodzaju. W istocie rzeczy bowiem — jak zauważył P. Roubier — ochronie nie podlegają same znaki odróżniające jako takie, gdyż są one dobrami niematerialnymi, które same w sobie nie posiadają wartości majątkowej. Znaki odróżniające są jedynie środkami, za pomocą których można chronić inne dobra¹³.

W polskiej doktrynie prawa pogląd ten najepełniej rozwinął F. Zoll, który stał na stanowisku, że prawa do znaków towarowych, firmy i innych znaków odróżniających nie są prawami podmiotowymi, lecz jedynie tylko emanacją tzw. własności przedsiębiorczej, czyli po prostu roszczeniami wypływającymi z prawa na przedsiębiorstwie¹⁴. Roszczenia te stanowią środek ochrony przeciwko przywłaszczeniom w zakresie objętym prawem na przedsiębiorstwie jako na dobru niematerialnym.

Pogląd F. Zolla znalazł pewne odzwierciedlenie w art. 4 u.n.k., w którym posługiwanie się nazwami geograficznymi wskazującymi na pocho-

¹³ P. Roubier, *Unité et synthèse des droits de propriété industrielle. Mélanges Marcel Plaisant*, Paris 1960, s. 160 i nast.

¹⁴ *Polska ustawa*, s. 34 - 35.

dzenie towaru zostało przez ustawodawcę potraktowane na równi z takimi działaniami na szkodę przedsiębiorstwa, jak podawanie nieprawdźwvych wiadomości o przedsiębiorstwie lub wyjawianie jego tajemnic.

We współczesnej literaturze polskiej przeciwko koncepcji wyłącznego prawa na przedsiębiorstwie podniesiono szereg zastrzeżeń¹⁵. Wydaje się jednak, iż niezależnie od tego, jakie stanowisko zajmuje się w kwestii, czy przedsiębiorstwo może być uznane za chronione przez nasz system prawny dobro niematerialne, prawa do nazw geograficznych żadną miarą nie mogą być traktowane jako środek ochrony przedsiębiorstwa, lecz jako bezwzględne prawa podmiotowe o szczególnym charakterze.

Jak to bowiem słusznie podkreśla M. Plaisant, mamy w tym przypadku do czynienia z prawem majątkowym o charakterze zbiorowym, przy czym liczba uprawnionych podmiotów jest nieokreślona¹⁶. Prawo posługiwania się określonym oznaczeniem stanowi właściwie „udział członkowski” (titre de participation), którego uzasadnieniem jest prowadzenie działalności zarobkowej na tym samym terytorium. Uzurpowanie sobie pozycji „udziałowca” przez jakiegoś intruza powoduje interwencję całej zainteresowanej społeczności.

Wartość ekonomiczna nazw geograficznych jest ściśle związana z renomą, jaką cieszą się w oczach odbiorców towary pochodzące z okręgów, do których te nazwy się odnoszą. W tym wypadku mamy więc do czynienia z dobrem majątkowym, które nie jest rezultatem twórczej inwencji, jak np. wynalazki lub wzory, lecz które powstało bądź dzięki naturalnym warunkom geograficznym, bądź dzięki pracy, pomysłowości i staranności wielu pokoleń zamieszkujących dany obszar albo też w następstwie występowania obu tych czynników jednocześnie. W konsekwencji nie tylko liczba podmiotów uprawnionych do używania tych oznaczeń jest nieokreślona, ale co więcej, nie można z góry przewidzieć, czy i w jakim momencie osoby te zechcą uczynić użytek z przysługujących im uprawnień. Na osobach uprawnionych nie ciąży obowiązek wykonywania prawa, czyli używania oznaczeń, jakkolwiek tolerowanie używania tych nazw przez osoby nieuprawnione może mieć skutki niekorzystne dla uprawnionych. W następstwie bowiem używania określonej nazwy przez osoby do tego nie uprawnione może nastąpić zjawisko tzw. degeneracji oznaczenia, polegające na przekształceniu się oznaczenia wskazującego pochodzenie towaru w nazwę rodzajową. W każdym razie może to dotyczyć oznaczeń pochodzenia. Poza niebezpieczeństwem nastąpienia degeneracji oznaczenia, która powoduje, że oznaczenie to staje się dobrem nie podlegającym ochronie, nie ma jednak żadnych sankcji niewykonywania prawa, które trwa tak długo i tak długo korzysta z ochrony, jak długo w oczach publiczności łączy się z nim określona renoma to-

¹⁵ Zob. M. Kępiński, *Rozporządzanie prawem z rejestracji znaku towarowego*, Poznań 1979, s. 9 i nast.

¹⁶ M. Plaisant, F. Jacq, *Traité de noms*.

warów. Utrata jednak owej renomy nie zawsze jest definitywna, ponieważ nawet te oznaczenia geograficzne, które na skutek różnych okoliczności utraciły swą siłę atrakcyjną stając się nazwami rodzajowymi, mogą je odzyskać dzięki dodaniu takich określeń, jak np. „czysty”, „prawdziwy”, „oryginalny”¹⁷. Można więc stwierdzić, iż mamy do czynienia w tym przypadku z monopolem nie ograniczonym w czasie, który nie wygasa i którego nie można «się zrzec. Jeżeli dodamy, że powstanie wyłączności używania oznaczeń geograficznych nie jest uzależnione — w przeciwieństwie do innych praw własności przemysłowej — od dokonania żadnej formalności, nie ma już chyba wątpliwości, że w grupie znaków odróżniających oznaczenia te zajmują miejsce szczególnie.

W praktyce jednak zdarza się, że oznaczenia geograficzne nie występują samodzielnie, lecz są używane w charakterze innych znaków odróżniających, np. jako nazwy handlowe (lub ich elementy), a także są umieszczane na szyldach, pod którymi prowadzona jest działalność przedsiębiorstwa (np. Hotel „Warszawa”).

Znacznie częściej jednak może wystąpić swoista kolizja między nazwą geograficzną służącą oznaczeniu miejsca pochodzenia produktu ze znakiem towarowym.

W Polsce, w myśli art. 5 tust. 1 ustawy z 1963 r. o znakach towarowych, jako znak towarowy może być zarejestrowane każde oznaczenie, które się nadaje do odróżniania towarów wytwarzanych lub wprowadzanych do obrotu przez określone przedsiębiorstwo od tego samego rodzaju towarów wytwarzanych przez inne przedsiębiorstwa. Wyłączone od rejestracji są znaki, które nie posiadają dostatecznych znamion odróżniających, do których w art. 9 ustawy zalicza się m. in. znaki, które wskazują jedynie na miejsce pochodzenia. Oznacza to, że nazwy geograficzne mogą być rejestrowane jako znaki towarowe pod warunkiem, że forma ich przedstawienia ma charakter fantazyjny lub co najmniej odznacza się pewną oryginalnością. Przedmiotem bowiem wyłączności płynącej z rejestracji znaku towarowego nie jest sama nazwa geograficzna, lecz jedynie sposób jej przedstawienia. Zgodnie jednak z ogólną zasadą wyrażoną w art. 10 ust. 1, nazwa geograficzna nie może być zarejestrowana jako znak towarowy, jeżeli mogłaby wprowadzać w błąd odbiorców towarów wywołując wrażenie, iż towar pochodzi z tego obszaru geograficznego, którego nazwą się posłużono¹⁸.

W tym miejscu wszakże należy zauważyć, że w relacji „znak towarowy — oznaczenie pochodzenia” pewną przewagę natury prestiżowej ma

¹⁷ D. Reimer, F. K. Beier, *La repression de la concurrence déloyale en Allemagne*, Paryż 1978, s. 537.

¹⁸ Por. M. Kępiński, *Znak towarowy (funkcje, rodzaje znaków, oznaczenia stanowiące przedmiot praw wyłącznych, rejestracja, zakres wyłączności)*, Studia Cywilistyczne 1974, t. XXII, s. 173 i nast. oraz M. Kępiński, *Zakazy rejestracji mylących znaków towarowych*, ZNUJ 1982, z. 28, s. 58 i nast.

to ostatnie. Oznaczenie pochodzenia bowiem w przeciwieństwie do znaku towarowego nie jest znakiem odróżniającym przybieranym dowolnie przez producenta, lecz z reguły jest historycznie związane z określonym terytorium, przy czym prawo posługiwania się tym oznaczeniem w odróżnieniu od prawa z rejestracji znaku towarowego nie może być przedmiotem cesji. Ponadto nazwy geograficzne, które pełnią funkcję nazw pochodzenia (*appellation d'origine*) stanowią także gwarancję posiadania przez towar określonych właściwości lub cech charakterystycznych. Pod tym więc względem pełnią one funkcję nieco zbliżoną do tzw. znaków wspólnych. To podobieństwo występuje zwłaszcza w tych ustawodawstwach, które ustanawiają wymóg złożenia wraz z wnioskiem o rejestrację wspólnego znaku towarowego regulaminu korzystania ze znaku. Regulaminy takie zawierają m. in. postanowienia precyzujące cechy, jakie powinny posiadać towary oznaczone znakiem wspólnym. Dzięki temu znak wspólny staje się oznaczeniem nie tylko wskazującym na miejsce pochodzenia towaru, lecz także gwarantującym posiadanie przez niego określonych cech.

W związku z tym może się nasuwać pytanie, czy instytucja znaku wspólnego nie mogłaby również stanowić dogodnej formy ochrony nazw geograficznych służących oznaczeniu pochodzenia towarów lub świadczeń. Inkorporowanie nazwy geograficznej w znak odróżniający, który dzieli losy i korzyści, jakie płyną z rejestracji znaku towarowego, powoduje pewną „kryształizację” tej nazwy pod postacią prawa podmiotowego o trwałej strukturze, co niewątpliwie mogłoby umocnić sytuację prawną osób posługujących się takim oznaczeniem. Znak towarowy wspólny wszakże jest zawsze związany z określoną organizacją gospodarczą. Jeżeli uzyska on dobrą renomę na rynku, może stać się oznaczeniem skutecznie konkurującym z tymi oznaczeniami pochodzenia, które nie zostały zarejestrowane. W konsekwencji osoby 'uprawnione do używania tych oznaczeń, a nie należące do organizacji gospodarczej, mogą się znaleźć w znacznie gorszej sytuacji¹⁹.

IV. Ochrona oznaczeń używanych w celu wskazania geograficznego miejsca pochodzenia towarów jest uregulowana w licznych aktach prawnych o zasięgu międzynarodowym, wśród których należy kolejno wymienić: 1) konwencję paryską z 1883 r. o ochronie własności przemysłowej, 2) porozumienie madryckie z 1981 r. o ściganiu fałszywych lub wprowadzających w błąd oznaczeń pochodzenia, 3) porozumienie lizbońskie z 1958 r. dotyczy międzynarodowej rejestracji nazw pochodzenia, 4) dwustronne układy międzynarodowe.

Zakres przedmiotowy ochrony udzielanej przez te akty oraz stosowa-

¹⁹ Por. R. Tinlot, *L'appellation d'origine et la marque de commerce*, Gazette de Palais (5 - 7. 08. 1970), s. 47 i nast.

na terminologia różnią się między sobą dość znacznie. Tak więc jakkolwiek w konwencji paryskiej w art. 1 rozróżnia się oznaczenia pochodzenia i nazwy pochodzenia, to jednak w art. 10 mówi się już tylko ogólnie o oznaczeniach dotyczących pochodzenia produktu, podobnie zresztą jak w porozumieniu madryckim. Porozumienie lizbońskie natomiast ma na celu ochronę wyłącznie tzw. nazw pochodzenia. Układy bilateralne na ogół regulują ochronę różnego rodzaju oznaczeń pochodzenia, których lista z reguły stanowi aneks do układu. W każdym razie do tej pory brak jest ogólnej definicji oznaczenia pochodzenia w przeciwieństwie do nazwy pochodzenia, którą m. in. zdefiniowano w postanowieniach porozumienia lizbońskiego.

Ad 1) Konwencja paryska z dnia 20.03.1883 roku o ochronie własności przemysłowej²⁰.

Wśród dóbr niematerialnych objętych pojęciem własności przemysłowej w art. 1 konwencji wymienia się m. in. oznaczenia pochodzenia i nazwy pochodzenia. Ochrona tych oznaczeń jest unormowana w art. 10 konwencji, który właściwie stanowi rozwinięcie zasady wyrażonej w art. 9. W myśl bowiem art. 9 każdy produkt, na którym bezprawnie umieszczono znak towarowy lub nazwę handlową, będzie zajęty przy wywozie do tych państw będących członkami Związku, w których ten znak lub ta nazwa handlowa mają prawo do ochrony prawnej. Rozwinięciem **tej** zasady jest art. 10, który rozszerza postanowienia art. 9 na działanie polegające na bezpośrednim lub pośrednim używaniu fałszywego oznaczenia dotyczącego pochodzenia produktu lub tożsamości producenta, wytwórcy lub kupca.

Art. 10 stanowi więc tylko ogólną regułę zakazującą używania jakichkolwiek fałszywych oznaczeń wskazujących na pochodzenie towarów lubo dotyczących tożsamości producenta²¹. Znaczenie tego postanowienia jest tym bardziej ograniczone, że zgodnie z zasadą terytorialności, o tym, czy rzeczywiście kwestionowane oznaczenie jest fałszywe, decyduje Państwo, w którym się żąda ochrony. Zasadę tę wprawdzie przełamano w porozumieniu madryckim z 1891 r., ale — jak jeszcze będzie o tym mowa — wyłom dotyczy tylko artykułów winnych.

W postanowieniach Konwencji Paryskiej nie znajdujemy poza tym żadnych reguł zmierzających do powstrzymania opisanego już zjawiska degeneracji oznaczeń pochodzenia polegającego na ich przekształceniu się w nazwy rodzajowe ani też żadnych postanowień, które mogłyby stanowić wskazówkę przy rozstrzyganiu konfliktów, jakie mogą się wyłonić w związku z rejestrowaniem nazw geograficznych jako znaków towarowych.

Ad 2) Porozumienie madryckie, dotyczące ścigania fałszywych lub

²⁰ Dz. U. z 1932 r., Nr 2, poz. 8.

²¹ R. W. Benson, *Vers un nouveau traité*.

wprowadzających w błąd oznaczeń pochodzenia, z dnia 14.04.1891 r., zrewidowane w Waszyngtonie w r. 1911, w Hadze w r. 1925, w Londynie w r. 1934 oraz w Lizbonie w r. 1958 (akt dodatkowy zawierający postanowienia o charakterze administracyjnym został uchwalony w roku 1967 w Sztokholmie)²².

Porozumienie madryckie zostało podpisane przez 29 krajów. Polska przystąpiła doń w roku 1920. Porozumienie to zakazuje używania w sposób bezpośredni lub pośredni nazwy jakiegokolwiek miejsca dla oznaczenia produktów wprowadzonych do obrotu, które by mogło wprowadzać w błąd odbiorców co do miejsca pochodzenia tych produktów. Słusznie więc zostało ono określone jako swego rodzaju komentarz do art. 10 konwencji paryskiej. Zakres przedmiotowy porozumienia został wprawdzie ujęty w sposób bardziej precyzyjny niż w art. 10, ponieważ obok oznaczeń pochodzenia (*indications de provenance*) w art. 4 porozumienia wymieniono także nazwy miejsc pochodzenia o charakterze regionalnym (*appellations regionales de provenance*) dotyczące produktów winnych. Porozumienie madryckie ma jednak na celu nie tyle ochronę tych znaków odróżniających, lecz przede wszystkim ochronę odbiorców przed wprowadzeniem ich w błąd. Znajduje to m. in. wyraz w upoważnieniu sądów każdego kraju do decydowania o tym, jakie oznaczenia nie podlegają ochronie ze względu na to, że stały się one nazwami rodzajowymi w tym kraju. Zasada ta nie dotyczy tylko nazw pochodzenia odnoszących się do artykułów winno-ogrodniczych, gdyż nie dopuszcza się możliwości przekształcenia się nazw tych artykułów w nazwy rodzajowe²³.

Ad 3) Porozumienie lizbońskie, dotyczące nazw pochodzenia i ich międzynarodowej rejestracji, z dnia 31.10.1958 r., podpisane przez 16 państw weszło w życie z dniem 25.09.1966 r. Jego sygnatariuszami są m. in. Francja, Hiszpania, Grecja, Kuba, Izrael, Portugalia, Czechosłowacja, Turcja, Węgry, Włochy, Rumunia, Maroko.

W myśl art. 1 porozumienia każdy z krajów członkowskich zobowiązuje się chronić na swoim terenie oznaczenia, które stanowią nazwy pochodzenia (*appellations d'origine*) uznane i chronione jako takie w ich kraju pochodzenia²⁴. W myśl więc tego porozumienia każde z państw sygnatariuszy musi samo wskazać te oznaczenia, które chce chronić, a ich zarejestrowanie w międzynarodowym rejestrze pozwala osobom trzecim powziąć wiadomość o tym, jakie oznaczenia podlegają ochronie.

²² Dz. U. z 1932 r., Nr 47, poz. 446.

²³ Por. E. Nowińska, *Porozumienie madryckie w sprawie zwalczania fałszywych lub oszukańczych oznaczeń pochodzenia towarów*, ZNUJ 1977, z. 10.

²⁴ W myśl art. 2 pkt. 2 porozumienia lizbońskiego krajem pochodzenia jest bądź kraj, którego nazwa stanowi zarazem nazwę pochodzenia określonego produktu, bądź kraj, w którym jest usytuowany region lub miejscowość, pod których nazwą produkt jest znany. Por. też A. Krieger, *La révision de l'Arrangement de Lizbonne concernant le protection des appellations d'origine*, *Propriété Industrielle* 1974, s. 399 i nast.

W rozumieniu postanowień porozumienia „*appellation d'origine*” stanowi nazwę geograficzną kraju, regionu lub miejscowości służącą określeniu produktu, który swą jakością lub cechy charakterystyczne zawdzięcza wyłącznie lub głównie środowisku geograficznemu ukształtowanemu przez czynniki naturalne i społeczne (por. art. 2). Definicja ta pozwala na odgraniczenie pojęcia „*appellation d'origine*” od pojęcia „*indication de provenance*”, które w zasadzie nie podlega ochronie przewidzianej w porozumieniu. Pojęcie „*appellation d'origine*” ma stosunkowo wąski zakres, gdyż odnosi się właściwie tylko do produktów naturalnych, takich jak wina, sery itp. Ochrona przewidziana porozumieniem bierze swój początek w kraju pochodzenia, gdyż w rejestrze międzynarodowym mogą być zarejestrowane tylko oznaczenia podlegające ochronie w tym kraju. W związku z tym pozostają postanowienia zawarte w art. 6, według którego nie można odmówić ochrony nazwy geograficznej na tej podstawie, że jest to nazwa rodzajowa, jeżeli nazwa ta jest chroniona w swoim kraju pochodzenia jako *appellation d'origine*. Postanowienie to ma na celu powstrzymanie procesu degeneracji oznaczeń i przekształcania się ich w nazwy rodzajowe. Temu samemu celowi służy art. 3, który ustanawia zakaz używania w innym kraju oznaczeń chronionych w kraju swego pochodzenia, nawet jeżeli zostają one poprzedzone określeniami „rodzaj”, „typ”, „imitacja” itp.

Ad 4) Układy dwustronne.

Ochrona nazw geograficznych służących oznaczeniu pochodzenia produktów jest często przedmiotem układów dwustronnych zawieranych między poszczególnymi państwami. W układach tych z reguły nie zamieszcza się ogólnych definicji oznaczeń podlegających ochronie, ponieważ zazwyczaj są one taksatywnie wyliczone w załączonych dokumentach. Mimo pewnych różnic wszystkie te układy dwustronne są oparte na pewnych wspólnych zasadach²⁵. Każdy sygnatariusz mianowicie zobowiązuje się chronić przepisami swego własnego prawa te oznaczenia, które podlegają ochronie w kraju swego pochodzenia.

Mimo niewątpliwych zalet, jakie posiadają układy dwustronne, przeważa opinia, że środkiem wiodącym do zapewnienia ochrony bardziej kompletnej byłoby podpisanie nowego wielostronnego układu dotyczącego międzynarodowej ochrony nazw geograficznych. Podpisanie takiego układu — zwłaszcza, gdyby miały doń przystąpić kraje o liczącym się potencjale gospodarczym — stanowiłoby poważny krok naprzód w rozwoju ich ochrony i przyczyniłoby się poważnie do wzrostu ich światowego prestiżu²⁶.

²⁵ A. Dévletian, *La protection des appellations d'origine et des indications de provenance*, *Propriété Industrielle* 1957, s. 17 - 35.

²⁶ R. Plaisant, *La révision des dispositions des traités internationaux relatives aux appellations d'origine et aux indications de provenance*, *Propriété Industrielle* 1980, nr 7/8, s. 183 i nast.

Jeżeli chodzi o Polskę, to jest ona dotychczas związana traktatem handlowym zawartym z Francją w roku 1925²⁷, na mocy którego obie strony zobowiązały się m. in. zakazać i przeciwdziałać przywózowi, przechowywaniu i wprowadzaniu do obrotu wszelkich produktów noszących na sobie lub na opakowaniu jakiegokolwiek znaki zawierające bezpośrednio lub pośrednio fałszywe oznaczenie pochodzenia. W art. XXVI zamieszczono zobowiązanie ratyfikacji porozumienia madryckiego z 1891 r. dotyczące zwalczania fałszywych oznaczeń pochodzenia. W postanowieniu tym ustalono także zakaz używania nazw regionalnych notyfikowanych w kraju przez drugą stronę nawet wtedy, gdy do nazwy regionalnej dołączone będzie wskazanie prawdziwego miejsca pochodzenia lub wyrażenie „typ”, „rodzaj”, „gatunek”, „szczep” itp. Na podstawie art. XXV ust. 2 pkt 1 i 2c tego traktatu wydane zostało Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 20.02.1929 r. o zakazie używania francuskich nazw regionalnych²⁸, w myśl którego w handlu wytworami winnymi na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej zastrzega się prawo używania nazw terytorialnych wymienionych w rozporządzeniu wyłącznie dla wytworów producentów, którzy na podstawie prawa obowiązującego we Francji są uprawnieni do używania tych nazw jako regionalnych na terytorium Republiki Francuskiej (por. art. 1 rozp.)²⁹.

Obowiązek zapewnienia regionalnym nazwom takiej samej ochrony, z jakiej nazwy regionalne korzystają według polskiego ustawodawstwa, Polska zaciągnęła także wobec Czechosłowacji w układzie handlowym z 1925 r. ratyfikowanym w r. 1926³⁰. Na podstawie tego traktatu Polska uznaje nazwę „Pilzneńskie pivo” jako nazwę regionalną i zobowiązuje się zapewnić tej nazwie ochronę taką samą, jak się przyznaje innym nazwom regionalnym, pod warunkiem, że Rządowi Polskiemu zostanie przedłożona lista tych browarów w Pilźnie, które korzystają z takiej ochrony stosownie do ustawodawstwa czechosłowackiego. W ten sam sposób Polska zobowiązała się do ochrony nazw wód mineralnych oraz nazw pochodzenia chmielu. W wykonaniu zobowiązań zaciągniętych w tym traktacie zostało wydane rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 21.12.1927 r. o zakazie używania czechosłowackich nazw regionalnych³¹. Należy także wspomnieć o dwu rozporządzeniach Rady Ministrów o zakazie używania nazw regionalnych węgierskich w odniesieniu do miejsc produkcji i gatunków winogron³² oraz francuskich w odniesieniu do sera³³.

²⁷ Dz.U. Nr 67, poz. 468.

²⁸ Dz.U. Nr 16, poz. 136.

²⁹ Dz.U. z 1923 r., Nr 7, poz. 44.

³⁰ Dz.U. z 1926 r., Nr 111, poz. 648.

³¹ Dz.U. z 1928 r., Nr 7, poz. 44.

³² Dz.U. z 1933 r., Nr 12, poz. 79.

³³ Dz.U. z 1938 r., Nr 83, poz. 562.

V. Dotychczasowe uregulowanie ochrony oznaczeń geograficznych w stosunkach międzynarodowych jest uważane za niezadowolające i nie odpowiadające aktualnym potrzebom. Wśród problemów oczekujących na rozwiązanie na czoło wysuwają się zwłaszcza zagadnienia następujące:

1. Probierni ochrony oficjalnych nazw geograficznych przed używaniem ich w celu oznaczania towarów, a w szczególności używania tych nazw jako znaków towarowych lub ich elementów;

2. Problem przedmiotowego zakresu ochrony. Chodzi tu o to, czy ochronie powinny podlegać wszelkie oznaczenia wskazujące na geograficzne miejsce pochodzenia towaru, czy też te tylko, którymi posługiwanie się jest uzasadnione występowaniem pewnych cech specyficznych produktu pochodzącego ze wskazanego miejsca.

W pierwszym jednak rzędzie należałoby zadośćuczynić postulatowi zmierzającym do ustanowienia norm regulujących konflikt między ochroną nazw geograficznych a ochroną znaków towarowych. W obrocie występuje — jak wiadomo — wiele znaków towarowych zawierających nazwy geograficzne. Dotychczas bowiem można było używać nazw geograficznych jako znaków towarowych (lub ich elementów), o ile tylko nie wprowadzało to w błąd odbiorców co do miejsca pochodzenia towaru. Coraz częściej jednak zdarza się, że jako znak towarowy lub jego część wybrano nazwę miejsca, w którym wprawdzie w danym momencie nie wytwarzano żadnych produktów w celach rynkowych, ale później stan ten uległ zmianie. Sytuacje takie zdarzają się dość często, zwłaszcza gdy chodzi o kraje rozwijające się.

Rezultatem długich debat i prac przygotowawczych jest projekt art. 10 quater konwencji paryskiej, który m. in. zobowiązuje kraje członkowskie do odmowy lub unieważnienia rejestracji znaku towarowego zawierającego nazwę geograficzną, zastrzeżonego dla produktów nie pochodzących z obszaru noszącego tę nazwę, jeżeli użycie oznaczenia może wprowadzać w błąd odbiorców co do prawdziwego miejsca pochodzenia towaru³⁴.

PROTECTIN OF GEOGRAPHICAL NAMES DESIGNED TO BRAND ORIGIN OF PRODUCTS

Summary

Products in a market are often branded with geographical names to get individual tint and indicate a place of their origin. Originating from a certain geographical region can sometimes be an attractive additional value for a consumer,

³⁴ Por. bliżej R. Plaisant, *La révision*. Por. też D. Laugier, *La protection des appellations d'origine en droit communautaire*, *Revue Internationale Propriété Industrielle Artistique* 1979, nr 6, s. 326.

on account of the established reputation or because of other reasons influencing his buying decision. Geographical names became therefore an instrument of commercial marketing which is also used to gain a higher market share.

Legislations of many countries laid down protection of geographical names in consideration of the above, indicating at point of origin of products. The author describes the way of regulating protection of geographical names in selected countries with due regard paid to the Federal Republic of Germany and France. Legal status of geographical names is differentiated. Separate regulation is particularly reserved to the so called brand names of origin (appellations of origin, appellation d'origine, ursprungsbezeichnung).

Normative basis for protection of names indicating at origin of products or services from a certain geographical region in Poland is art. 4 of the Unfair Competition Act of 1926. According to the cited provision geographical names designating origin of products are subject of common right of all persons operating firms on a given territory. In case of illegal usage of geographical names these persons and entrepreneurs selling these products are allowed several claims mentioned in the Act.

The author discusses a nature of rights allowed to subjects mentioned in the Act reaching the conclusion that it is here a case of *sui generis* imperative rights. Their peculiar character lies in the fact that a circle of entitled persons is not defined and that these rights are unlimited in time and their formation and lasting are not conditioned by performing any formalities.

Next, the author discusses conditions and possibilities of using geographical names in character of other distinguishing signs (brands of products in particular).

Protection of geographical names is regulated in many legal acts of international range. The following belong to them:

- a) Paris Convention of 1883 on the protection of industrial property,
- b) Madrid Agreement of 1891 on prosecution of feigned or misleading designations of origin,
- c) Lisbon Agreement of 1958 on international registration of names of origin,
- d) bilateral international treaties.

The author discusses these acts indicating at problems which are still awaiting satisfactory solution.