



การส่งเสริมสิทธิใน
ทรัพย์สินทางปัญญา
ในภูมิภาคอาเซียน

การสัมมนาเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

Denis SAUTIER, PhD

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโสด้านอาหารเกษตร, CIRAD – FRANCE
เชียงใหม่, ประเทศไทย | 27 กันยายน 2562



Funded by the European Union



โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสหภาพยุโรป และดำเนินการโดยสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหภาพยุโรป

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การคุ้มครองและการ ส่งเสริมในสหภาพยุโรป

สารบัญ

- นิยามและสิทธิประโยชน์
- การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในสหภาพยุโรป (EU) และในตลาด ระหว่างประเทศ
- ตัวอย่างกรณี GI ที่ประสบความสำเร็จใน EU และภูมิภาคอาเซียน

นิยาม



ทั่วโลก: แนวโน้มสู่แหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์

- โลกาภิวัตน์ของการผลิตในภาคอุตสาหกรรม
 - ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเหมือนกันและได้มาตรฐาน



- ผู้บริโภคแสดงความสนใจในผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิดที่มีชื่อเสียงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในท้องถิ่นมากขึ้น: พร้อมทั้งจะจ่ายในราคาพรีเมียม
- จาก “สินค้าโภคภัณฑ์” สู่ความเป็น “ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อ” = มรดกที่สืบทอดกันมา ความสามารถในการสืบค้นย้อนกลับคุณภาพ



ในประเทศฝรั่งเศส: แชมเปญ



ในประเทศฝรั่งเศส: เนยแข็ง ROQUEFORT



ในประเทศอิตาลี: เนยแข็ง Parmigiano Reggiano (Parmesan)



ในประเทศโคลัมเบีย: Café de Colombia

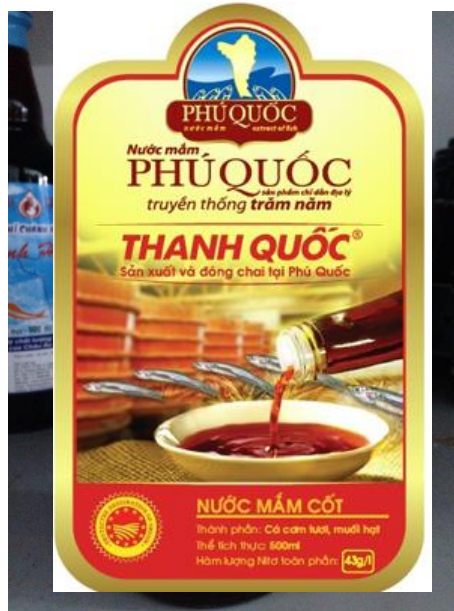


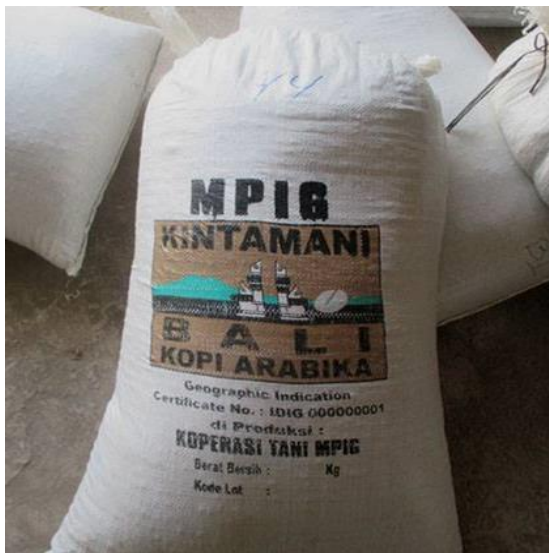
ในประเทศอินเดีย: ชา Darjeeling





ในประเทศเวียดนาม: Nuoc Mam Phu Quoc





ในประเทศไทย: ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (ข้าว)



ในประเทศไทย: ผ้าไหมยกดอกลำพูน



GI ในระดับนานาชาติ

- **ค.ศ. 1905:** กฎหมายฉบับแรก: เครื่องหมายแหล่งกำเนิด (ฝรั่งเศส) + 1935: การควบคุม
- **ค.ศ. 1958:** การขยายแนวคิดเรื่องเครื่องหมายแหล่งกำเนิด (Appellation of Origin-AO):
 - **ความตกลงลิสบอน (Lisbon Agreement), WIPO** (ภาคีสมาชิก 28 ประเทศ)
- ตั้งแต่ทศวรรษค.ศ. **1990–1999** : แนวคิดใหม่เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) โดยที่มีความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดน้อยกว่าเครื่องหมายแหล่งกำเนิด (AO):
 - **EU** ตั้งแต่ ค.ศ. 1992 (ภาคีสมาชิก 28 ประเทศ): GI + AO
 - **ความตกลง TRIPs** มีผลใช้บังคับในภาคีสมาชิกของ WTO ทุกประเทศ ในปี ค.ศ. 1994 (ภาคีสมาชิก 164 ประเทศ): GI
 - **กรรมสารเจนีวา (Geneva Act) ของความตกลงลิสบอน** (ค.ศ. 2015): AO + GI (ภาคีสมาชิก 15 ประเทศ)

- “ระบุว่าสินค้ามีแหล่งกำเนิดในดินแดนของประเทศสมาชิกหรือในภูมิภาคหรือท้องถิ่นในดินแดนดังกล่าว
- ซึ่ง **คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นๆ** ของสินค้า
- **โดยพื้นฐาน**ถือได้ว่ามาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น”

(art. 22)

ระเบียบสหภาพยุโรป 1151/2012

แหล่งกำเนิดที่ได้รับการคุ้มครอง
(PDO)

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการ
คุ้มครอง (PGI)



คุณลักษณะที่เหมือนกัน

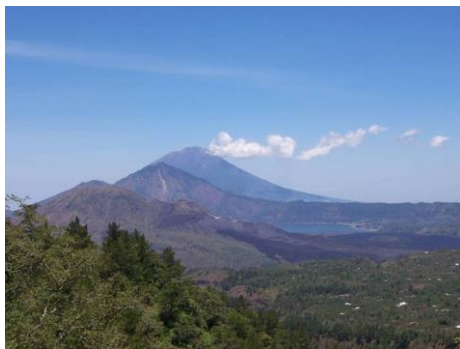
- ชื่อของภูมิภาค/สถานที่เฉพาะ/ประเทศได้ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรหรืออาหารที่มีแหล่งกำเนิดมาจากพื้นที่นั้น

ความแตกต่าง : ความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิด

- คุณภาพหรือคุณสมบัติโดยพื้นฐาน หรือโดยเฉพาะเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยที่มีปัจจัยทางธรรมชาติและปัจจัยจากมนุษย์อยู่เป็นปกติวิสัย
- การผลิต กระบวนการแปรรูป และการเตรียมการเกิดขึ้นในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนดไว้
- คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ เกิดขึ้นเนื่องมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์
- การผลิต และ/หรือกระบวนการแปรรูปและ/หรือการเตรียมการเกิดขึ้นในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนดไว้

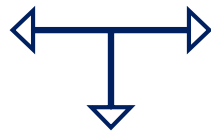
- สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ: **ปัจจัยจากธรรมชาติ**
 - ✓ ทรัพยากรทางชีวภาพ: โดยการเพาะเลี้ยงและแปรรูป (processes)
 - ✓ ภูมิอากาศ น้ำจากแม่น้ำ ไม้ที่ใช้ในการม้วน...
- ความรู้ร่วมกันของชุมชนจากสมัยโบราณ: **ปัจจัยจากมนุษย์**
 - ✓ โดยการใช้อองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมในการผลิตผลิตภัณฑ์
 - ✓ แต่ก็สามารถทำได้เองโดยไม่ต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติ
- **ความเชื่อมโยงดังกล่าวนั้นถูกสะท้อนให้เห็นในข้อกำหนดจำเพาะของ GI:**
 - ✓ คำอธิบายผลิตภัณฑ์ วิธีการผลิต พื้นที่ทางภูมิศาสตร์
 - ✓ มีการตรวจสอบโดยหน่วยงานที่มีอำนาจของรัฐ
 - ✓ ปกติจะเป็นการคุ้มครองในระดับสูง

GI: ความเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ มนุษย์ และผลิตภัณฑ์



สถานที่ผลิต

(ภูมิอากาศ ดิน ระดับความสูง...)



ผลิตภัณฑ์

(คุณภาพ คุณลักษณะ ชื่อเสียง...)



ผู้ผลิต

(ความรู้ องค์กรต่างๆ ประวัติความเป็นมา...)

วัตถุประสงค์และประโยชน์ของ GI

วัตถุประสงค์ของ GI

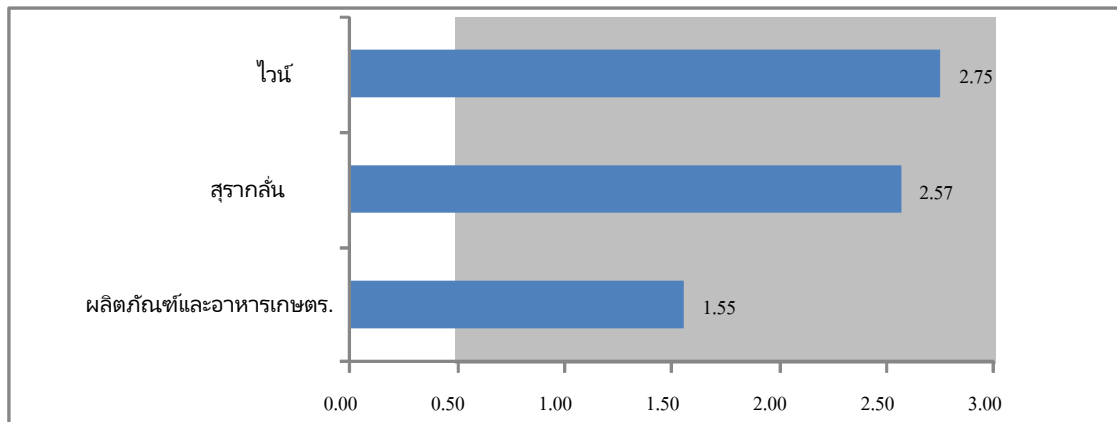
- 1. ค้ำครองมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์
- 2. ต่อสู้กับการเอาชื่อไปใช้โดยมิชอบ
- 3. เป็นการพัฒนาชนบท/ดินแดน
- 4. ค้ำครองความรู้ดั้งเดิมและภูมิทัศน์

วัตถุประสงค์ 1

- ผลกระทบต่อราคา

ราคาพรีเมียมใน EU

- GI = มูลค่าระดับพรีเมียม
- ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสัญลักษณ์ GI เป็น 2.23 เท่าของราคาผลิตภัณฑ์ที่เทียบเคียงกันได้ที่ไม่ได้รับสัญลักษณ์ (โดยเฉลี่ย)

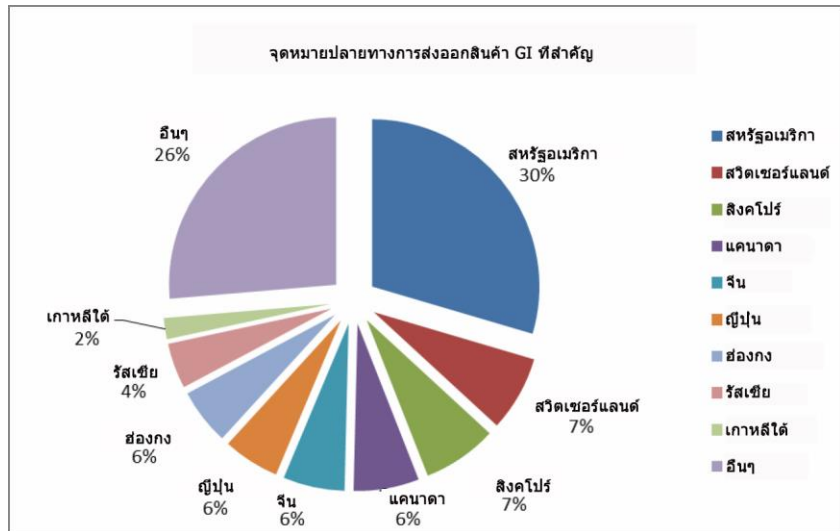


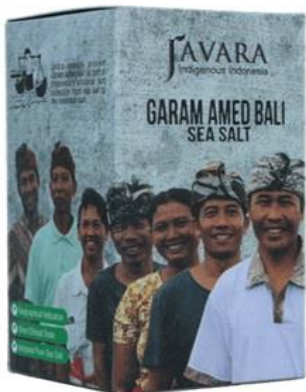
! ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของแผน GI เนื่องจากไม่ได้คิดค่าต้นทุนเพิ่มเติมจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะของ GI

จุดหมายปลายทางการขาย

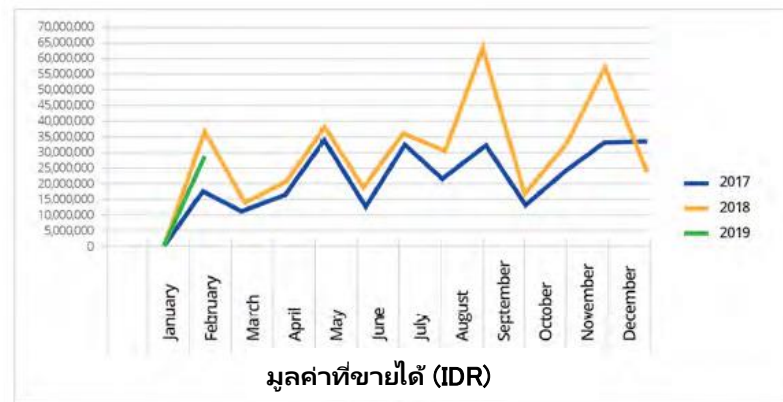
60% ของยอดขาย: ตลาดในประเทศ
 20% ในตลาด EU
 20% ในประเทศอื่นๆ

- ผลิตภัณฑ์ GI จาก EU 663 รายการมีการขายในประเทศที่ผลิตเท่านั้น
- ผลิตภัณฑ์ GI จาก EU 1525 รายการได้มีการส่งออก
 - ไวน์ 1224 รายการ
 - ผลิตภัณฑ์เกษตร 231 รายการ
 - เหล้ากลั่น 70 รายการ)





- เป็นการผลิตแบบดั้งเดิมเก่าแก่มากที่ชายทะเล
- ราคาเกลือถูกมาก เพียง 3,000–5,000 IDR ต่อกิโลกรัม และมีการสูญเสียที่ดินจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
- หลังจากการขึ้นทะเบียน GI
- 2018: ขายในปริมาณมาก : 27,000–35,000 IDR ต่อกิโลกรัม
ขายแบบแยกบรรจุหีบห่อ: 60,000–70,000 IDR ต่อกิโลกรัม



วัตถุประสงค์ 2

- การคุ้มครอง GI: ต่อสู้กับการเอาชื่อไปใช้โดยมิชอบ

การใช้/การเลียนแบบ GI

EU	ลิสบอน/เจนีวา	TRIPs เพิ่มเติม	TRIPs พื้นฐาน
ไม่ให้ใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยตรงหรือโดยอ้อม	ไม่ให้ใช้ในกรณีที่ไม่เป็นตามข้อกำหนดของ AO/GI	ไม่ให้ใช้	ไม่ให้ใช้เฉพาะเมื่อประชาชนถูกชักนำให้หลงผิดเกี่ยวกับแหล่งที่มา: ต้องมีการพิสูจน์
ไม่ให้ใช้ในทางที่ผิด ไม่ให้เลียนแบบ ไม่ทำให้เกิดขึ้น	ไม่ให้เลียนแบบ		X
ถึงแม้ว่าจะได้มีการระบุแหล่งกำเนิดที่แท้จริงเอาไว้ ถ้ามีการแปล ถ้ามีการใช้สิ่งที่ทำให้เกิดการย้ายออกจากที่เดิม (delocalisers): สไตส์ รูปแบบ วิธี ตามที่ผลิตในแหล่ง การเลียนแบบ หรือสิ่งที่คล้ายคลึงกัน			X

การทำให้เกิดขึ้น (Evocation)



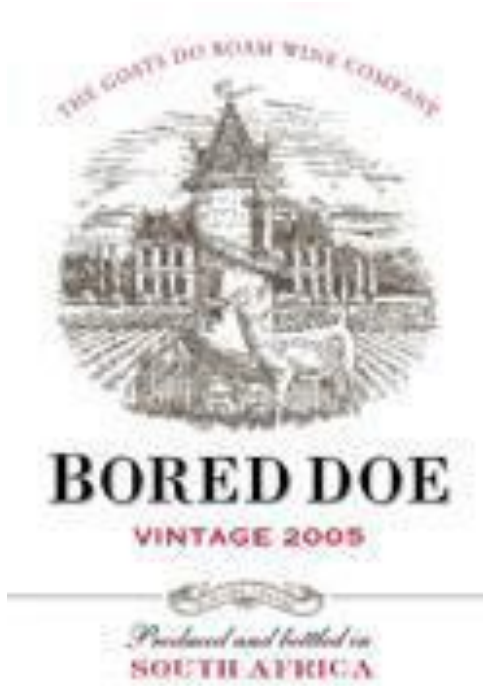
- Gorgonzola: ได้ตราสัญลักษณ์ PDO (อิตาลี)
 - แต่ใช้ชื่อ Cambozola สำหรับเนยแข็งชนิดอื่น
 - EU + ลิสบอน
- = การทำให้เกิด Gorgonzola
- = ต้องห้าม (ศาลยุติธรรมแห่ง EU คดี C87-97)



- ขออนุญาตใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อนำไปใช้กับปลา
- 2 PGI
- ปลาแซลมอนแบบเลี้ยงในฟาร์มกับปลาแซลมอนตามธรรมชาติของสกอตแลนด์
- ถูกปฏิเสธโดย EUIPO (R 147/2011-2, 16/V2012)



- ขอใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับน้ำมันที่รับประทานได้
- Chianti Classico ได้ตราสัญลักษณ์ PDO
- น้ำมันมะกอก
- ถูกปฏิเสธโดย EUIPO
(R 1474/2011-2, 16/1/2012)



- Bordeaux ได้ตราสัญลักษณ์ PDO (ฝรั่งเศส)
- ชื่อใช้สำหรับไวน์จากแอฟริกาใต้: จะถูกห้ามขายใน EU



- FETA เป็นสินค้าได้ตราสัญลักษณ์ PDO (กรีซ)
- แต่ใช้สำหรับเนยแข็งที่ทำในประเทศไทยและขายในประเทศไทย
- EU + ลิซบอน + ข้อตกลง TRIPs เพิ่มเติม: จะถูกห้ามขาย
- ข้อตกลงพื้นฐานจาก TRIPs: ห้ามขายถ้าผู้บริโภครู้จักชื่อนำให้หลงผิด



- Pruneau d' Agen
สินค้าได้ตราสัญลักษณ์
PGI (ฝรั่งเศส)
- นำไปใช้สำหรับผลไม้
จากแคลิฟอร์เนีย

การใช้ GI สำหรับสินค้าที่ไม่คล้ายคลึงกัน

EU	ลิสบอน/เจนีวา	TRIPs เพิ่มเติม	TRIPs พื้นฐาน
<p>ไม่ให้ใช้กรณีที่เป็นการแสวงหาประโยชน์จากชื่อเสียง</p>	<p>ไม่ให้ใช้กรณีที่ระบุว่ามีความเชื่อมโยงกับ AO/GI ทำให้เกิดความเสียหายต่อผลประโยชน์ เป็นการแสวงหาประโยชน์ด้านชื่อเสียงอย่างไม่เป็นธรรมแม้จะมีการระบุแหล่งที่มาที่แท้จริง ถ้ามีการแปล มีการใช้ delocalisers: สโลโก้ รูปแบบ วิธี ตามที่มีการผลิตในแหล่งกำเนิด, การเลียนแบบ หรือสิ่งที่คล้ายคลึงกัน</p>	<p>X</p>	<p>X</p>

สินค้าที่ไม่คล้ายคลึงกัน



- แชมเปญ = ได้ตราสัญลักษณ์ PDO (ฝรั่งเศส) สำหรับเหล้าองุ่นอัดก๊าซ
- ใช้สำหรับน้ำหอม
- ฝรั่งเศส: ห้ามใช้ (เปลี่ยนชื่อไปเป็น Yvresse)
- ความตกลง TRIPs: อนุญาตให้ใช้ได้

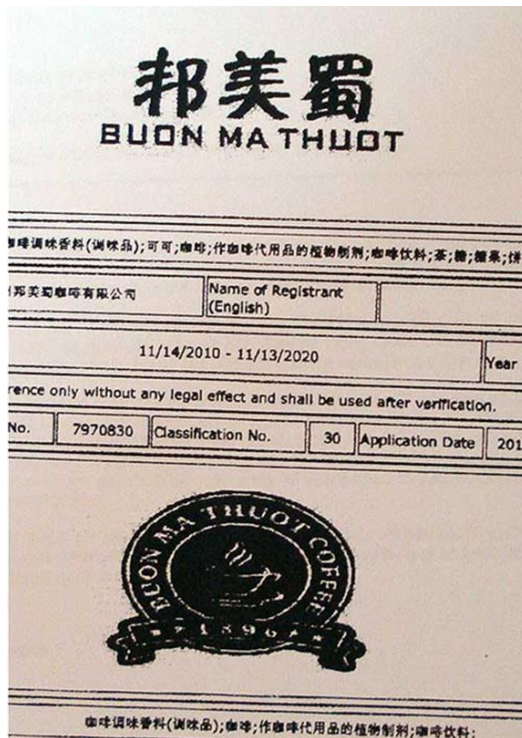
ความสัมพันธ์กับเครื่องหมายการค้าที่ใช้มาก่อนหน้าและภายหลังซึ่งมีชื่อเดียวกับ GI

EU	ลิสบอน/เจนีวา	ความตกลง TRIPs ส่วนเพิ่มเติม	ความตกลง TRIPs พื้นฐาน
<p>เครื่องหมายการค้าที่ใช้มาก่อน: ใช้ร่วมกับ PDO/PGI + ถ้าเครื่องหมายการค้าก่อนหน้าได้มีการขึ้นทะเบียนไว้โดยสุจริต</p>	<p>เครื่องหมายการค้าที่ใช้มาก่อน: การใช้ร่วมกันเป็นไปได้ถ้าเครื่องหมายการค้านั้นได้ขึ้นทะเบียนไว้โดยสุจริต</p>	<p>เครื่องหมายการค้าก่อนหน้า: ตามบทบัญญัติ Grandfather clause เป็นไปได้ที่จะใช้ร่วมกันในกฎหมายท้องถิ่น</p>	
<p>ไม่ให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนภายหลัง</p>			<p>ไม่ให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนภายหลังเฉพาะในกรณีที่ยื่นฟ้องศาลประชาชนให้หลงผิด</p>

เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนภายหลัง

กาแฟ Buôn Ma Thuột, เวียดนาม

- ได้ตราสัญลักษณ์ GI ในเวียดนาม: ขึ้นทะเบียนในปี ค.ศ. 2005



- ขึ้นทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศจีน 4/2011:
- ถูกยกเลิก 5/2014 หลังจากมีการดำเนินคดีโดยสมาคมและรัฐบาลเวียดนาม

วัตถุประสงค์ 3

- ผลกระทบต่อการพัฒนาชนบท

GI = ส่วนที่สำคัญของเกษตรกรรมฝรั่งเศส/EU

- ฝรั่งเศส: ภาคส่วนสินค้า GI = 14.5 % ของภาคส่วนอาหารและเครื่องดื่ม
- ฝรั่งเศส: เกษตรกร 1 ใน 4 คนมีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าที่ได้ตราสัญลักษณ์ GI



ในด้านการท่องเที่ยว

- ❌ หมู่บ้าน Espelette, หน้าต่างโชว์สินค้าของ PDO
- ❌ ในปี ค.ศ. 2016 มีผู้เดินทางมาที่ Espelette **500000** คน
- ❌ ในแต่ละปีมีผู้ร่วมงานเทศกาลดั้งเดิมของ Piment d' Espelette **30000** คน

ด้านเศรษฐกิจ

- ❌ 65% ของผู้ผลิตมีชีวิตร่วมกับพริก Piment d' Espelette
- ❌ 77% ของผู้ผลิตทำการเปลี่ยนแปลงและขายผลผลิตของตน
- ❌ 10% ของผู้ผลิตมีร้านของตัวเอง
- ❌ มีการจ้างงาน 250 ตำแหน่งอย่างแน่นอนจากพริก Piment d' Espelette ในพื้นที่

InterIG – Sète - 04 october 2018

การพัฒนาการท่องเที่ยว: เทศกาลสินค้า GI ในเวียดนาม





ĐUÔI HOI-TRÀ MỘC CHÂU 2017

ĐƠN ĐƠN SẢN BIÊN THỜI QUÊ LÀ
TRẦN TRƯỜNG MỪNG QUÊ
Bà: Delphine Marie - Vivien

Nghịên cứu viên của 15 chức CIRAD tại Việt Nam.

TỔ CHỨC
HỘI TRÀ MỘC CHÂU 2017

Thời gian: Từ sáng ngày 07 tháng 10 năm 2017
Địa điểm: Công ty Cổ phần Vinatex Mộc Châu
Thị trấn Nông Trường, Huyện Mộc Châu
Đã sẵn hành được đón tiếp

THÀNH VIÊN
BỘ CHƯU TUYÊN
PHÓ CHỦ TỊCH

Phạm Văn Thủy

CHƯƠNG TRÌNH
HỘI TRÀ MỘC CHÂU 2017

CÁC HOẠT ĐỘNG CHÍNH	THỜI GIAN	ĐỊA ĐIỂM
Trưng bày, quảng bá các sản phẩm của Triển lãm ảnh "Sắc màu Cao nguyên" Tham quan, du lịch các đồi chè Khảo mục lịch sử, chương trình nghệ thuật "Hương sắc Thảo nguyên"	Ngày 07/10/2017 Cả ngày Cả ngày 19h30 - 22h00	Công ty CP Vinatex Mộc Châu Công ty CP Vinatex Mộc Châu Cảnh đồng chè của các công ty Công ty CP Vinatex Mộc Châu
Thủ hái chè Tham quan dây chuyền sản xuất chè của Công ty CP Vinatex Mộc Châu Tham quan dây chuyền sản xuất chè của Công ty TNHH LIQUARDEN Việt Nam Thi Trưng bày không gian trà, các sản phẩm trà, nghệ thuật pha trà Chương trình "Trưng bày người làm chè" và Trưng bày cuộc thi "Tài năng người làm chè"	Ngày 08/10/2017 6h00 - 9h30 9h30 - 11h00 11h00 - 12h45 16h00 20h00	Là chủ trì, đơn vị 69 Nhà máy Công ty CP Vinatex Mộc Châu Trung tâm Thương mại Sơn Nông Trường Mộc Châu Công ty CP Vinatex Mộc Châu Công ty CP Vinatex Mộc Châu
Trưng bày, quảng bá các sản phẩm chè Triển lãm ảnh "Sắc màu Cao nguyên" Tham quan, du lịch các đồi chè	Ngày 09/10/2017 Cả ngày	Công ty CP Vinatex Mộc Châu Công ty CP Vinatex Mộc Châu Cảnh đồng chè của các công ty



วัตถุประสงค์ 4

- ผลกระทบต่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและความรู้ที่มีมาแต่ดั้งเดิม

- กรณีของข้าวไถน้อยในลาว (ขึ้นทะเบียน 11/2018):
4 พันธุ์พื้นเมืองดั้งเดิม
- และวิธีปฏิบัติในการเพาะปลูกแบบดั้งเดิมที่เกี่ยวกับพันธุ์เหล่านั้น



การคุ้มครองสินค้า GI ในตลาด ต่างประเทศ

- **ขึ้นทะเบียนรายบุคคล/กลุ่มบุคคลในแต่ละประเทศที่ส่งออก**
 - โดยสมาคมผู้ผลิต GI
- **ความตกลงทางการค้าแบบทวิภาคี/พหุภาคี**
 - เจรจาท่อรองโดย EU
- **ระบบลิขสิทธิ์**
 - โดยสมาคมผู้ผลิตสินค้า GI หรือโดยเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจของรัฐ

1. สินค้า GI ที่ขึ้นทะเบียนแบบรายบุคคล (ตัวอย่าง)

สินค้า GI ของอาเซียนที่ขึ้นทะเบียนในตลาด EU

2012

เวียดนาม



Nuoc Mam
Phu Quoc

2013

ไทย



ข้าวหอมมะลิ
ทุ่งกุลาร้องไห้

2015

ไทย



กาแฟ
ดอยช้าง

กาแฟดอย
ตุง

2016

ไทย



ข้าวสังข์หยด
เมืองพัทลุง

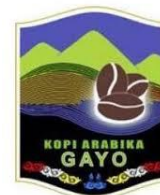
กัมพูชา



พริกไทย
กำปอต

2017

อินโดนีเซีย



กาแฟ Kopi
Arabica
Gayo

2019

กัมพูชา



น้ำตาลโตนดกำ
ปงสปีด PGI

- ผ้าไหมยกดอกลำพูน
 - ในประเทศอินโดนีเซีย
 - ในประเทศอินเดีย
- กาแฟดอยตุง
 - ประเทศกัมพูชา
- ผ้าไหมอีสานไทย (Isan Thai Lan silk)
 - ในประเทศเวียดนาม
 - ในประเทศมาเลเซีย
- ฯลฯ...

- อย่างไรก็ตามข้อกำหนดจำเพาะของผลิตภัณฑ์อาจจะมีโลโก้ร่วมของสินค้า GI และระเบียบในการปิดฉลากรวมอยู่ด้วย:

ตัวอย่าง: หนังสือข้อกำหนด

จำเพาะ (*Book of*

Specifications) ของสินค้าสิ่ง
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของพริกไทย

กำแพง (Kampot Pepper)

การมีฉลากจะต้องรวมสิ่งบ่งชี้ต่อไปนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน

- โลโก้ร่วม (ตามที่แสดงไว้ข้างล่างนี้) ในภาษาที่เกี่ยวข้อง



หรือ



- รูปแบบเอกลักษณ์แห่งชาติ (national logo)

สำหรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครองของกัมพูชา (ดังที่ได้แสดงไว้ข้างต้นนี้)

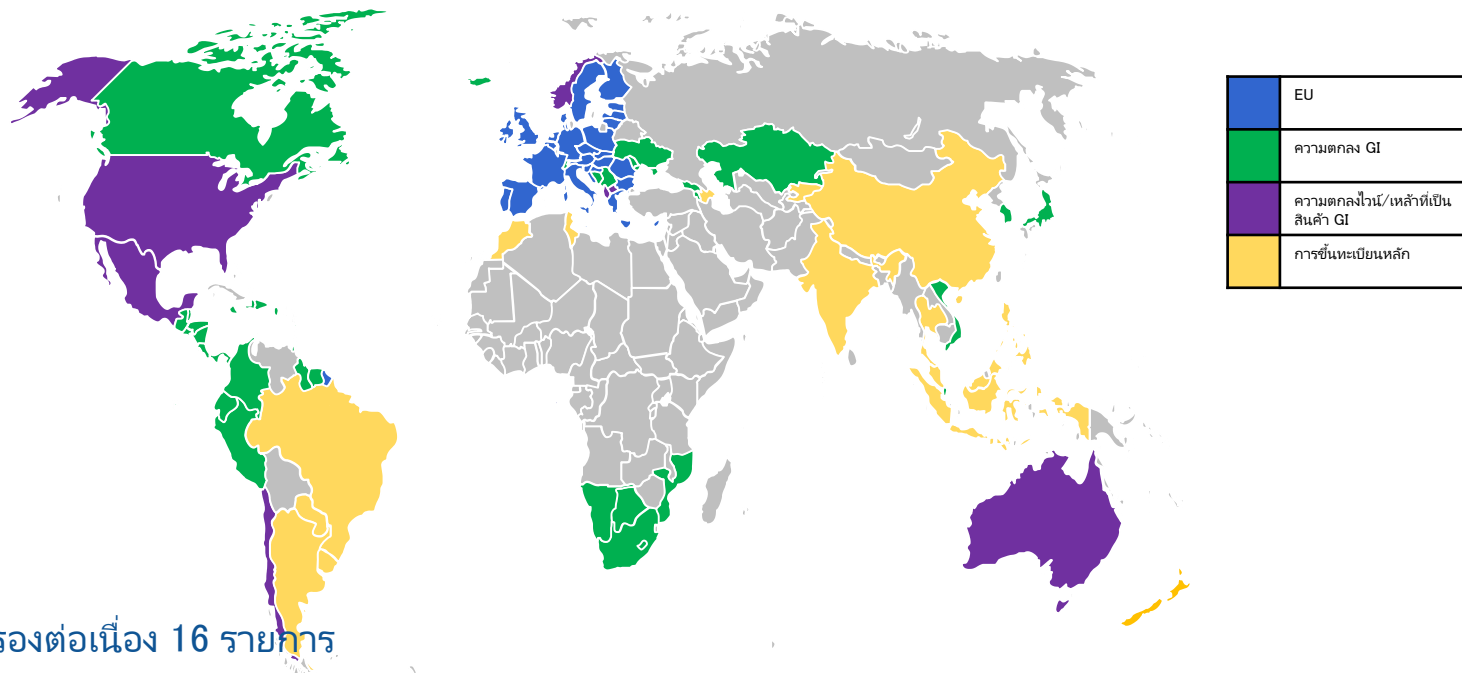


Prosciutto di Parma (Parma Ham) อิตาลี

- การขึ้นทะเบียน/การคุ้มครองซ้ำซ้อน:
- **รูปแบบเอกลักษณ์ (logo) ของสินค้า GI:** เครื่องหมายการค้า (เป็นเจ้าของและบังคับใช้โดยสมาคมสินค้าสิ่งบ่งชี้ของ GI)
Prosciutto di Parma certification TM+
เครื่องหมายการค้าร่วมของ Consorzio
- **GI (การบังคับใช้โดยองค์กรด้านการปกครอง + สมาคม GI)**



2. การขึ้นทะเบียนสินค้า GI ต่างประเทศในยุโรปโดยผ่านทาง FTA



มีการเจรจาต่อรองต่อเนื่อง 16 รายการ

จบลงด้วยความตกลง หรือมีผลบังคับ 34 รายการ

แฮม«Prosciutto di Parma»ในแคนาดา:

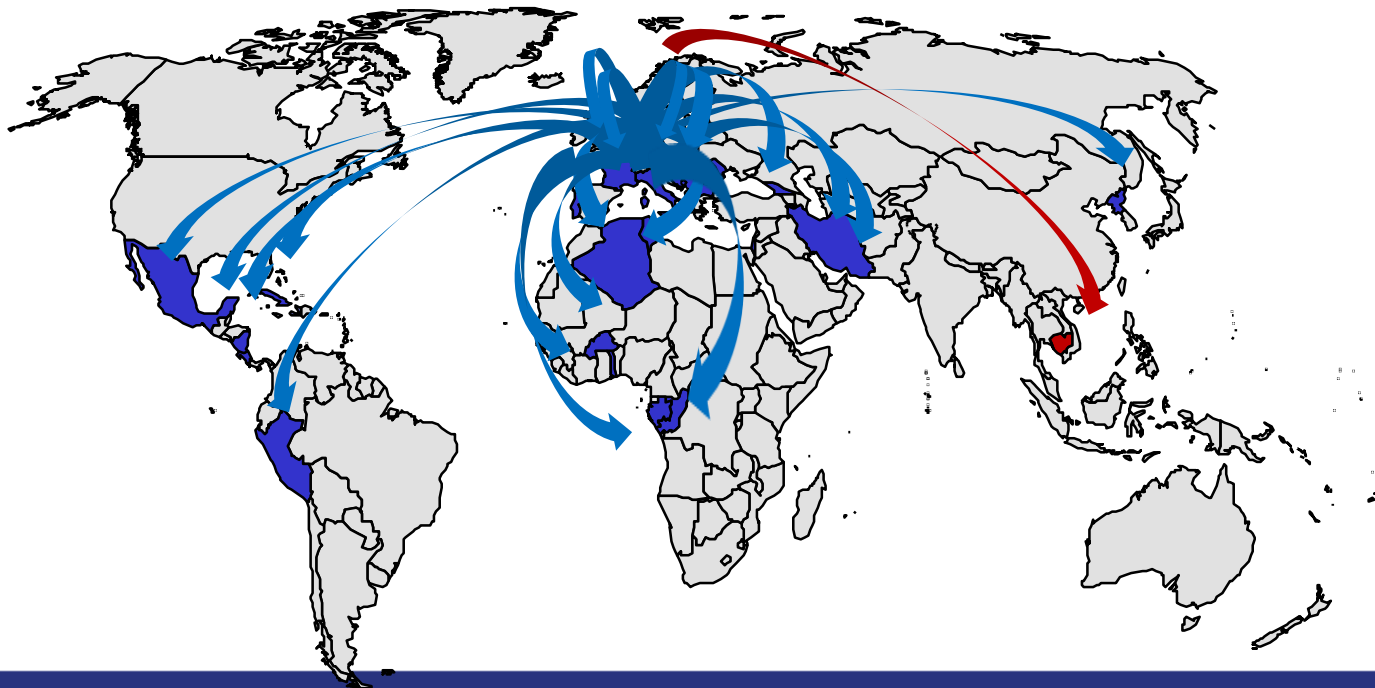
- ความตกลง CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement) กับแคนาดา, 2017
- ทำให้สามารถใช้ Prosciutto di Parma ที่ได้รับการคุ้มครอง PDO ร่วมกับเครื่องหมายการค้าของแคนาดาที่มีอยู่ก่อนหน้านี้สำหรับแฮมที่แปรรูปในแคนาดา
- ก่อนหน้านี้เป็นไปได้ที่ผู้ผลิตสินค้า PDO ในอิตาลีจะส่งออกไปยังแคนาดา



- 2007: EU และอาเซียนเริ่มการเจรจาต่อรอง
 - ไม่มีความคืบหน้า: ทำการเจรจาต่อรอง FTA แบบทวิภาคีกับประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกอาเซียน
- การเจรจาทวิภาคี: ตั้งแต่
 - 2010: กับสิงคโปร์ (ตกลงกันได้ในปี 2018), มาเลเซีย
 - 2012: กับเวียดนาม (ตกลงกันได้ 30/6/2019: มีสินค้า GI ของเวียดนาม 39 รายการ สินค้า GI ของ EU 169 รายการ)
 - 2013: กับ **ประเทศไทย**
 - 2015: กับฟิลิปปินส์
 - 2016: กับอินโดนีเซีย, กำลังเจรจารอบที่ 8

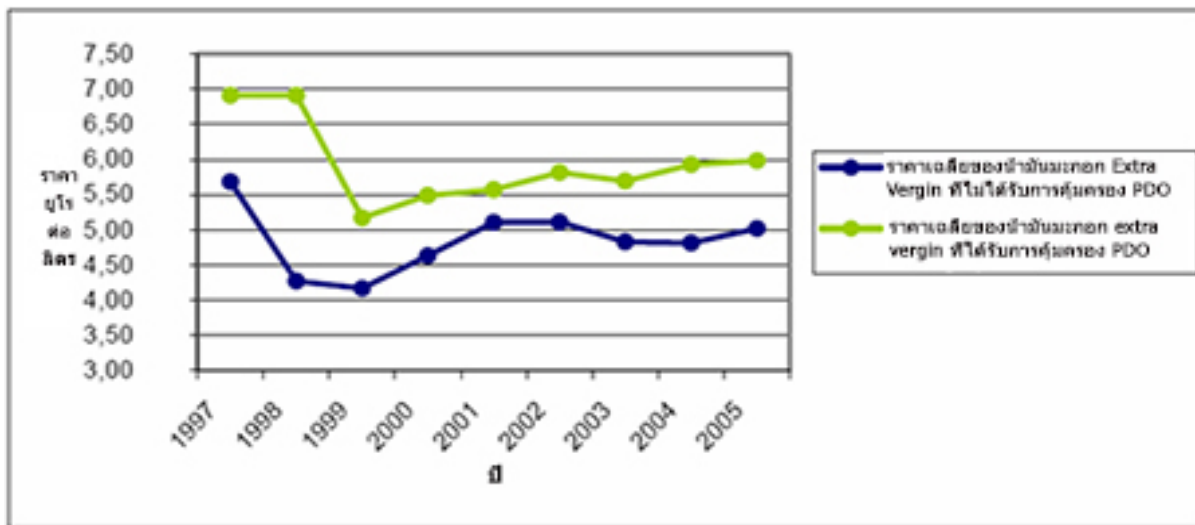
3. ระบบลิสบอน

- **ความตกลงลิสบอน ค.ศ. 1958 – 28 ประเทศ**
- เพื่ออำนวยความสะดวกให้มีการคุ้มครองเครื่องหมายแหล่งกำเนิด (AOs) ในระหว่างประเทศต่างๆ โดยผ่านขั้นตอนการขึ้นทะเบียนเพียงครั้งเดียว
 - บริหารโดย WIPO: International Register of appellations of origin
- **กรมสารเจนีวา ค.ศ. 2015**
 - เพื่อให้ระบบลิสบอนน่าสนใจมากขึ้น
 - การภาคยานุวัติของกัมพูชาเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2018



ตัวอย่างสินค้า GI ที่ประสบความสำเร็จ

น้ำมันมะกอก Olive Oil of Baena (ประเทศสเปน)



ที่มา : การศึกษา « Baena » PDO extra virgin olive oil. F. Caceres Clavero, C. Riccioli, E. Martinez Navarro, R. Garcia Collado. Junta de Andalucía/JRC-ITPS



“Duck fat liver from South-West” ที่ได้รับการคุ้มครอง GI (ฝรั่งเศส)



1) ข้อมูลของผู้บริโภคโดยไขว่ชีวิตตลาด

ความตกลงเรื่องการปิดตลาดมากกว่า 7,000 รายการตั้งแต่ปี 2003 (มีการปิดตลาด 1,045 รายการ ในปี 2015)
รายการปิดตลาดกระนั้นมีการปฏิบัติตาม PGI:



เครื่องหมายร่วม



CANARD À FOIE GRAS DU SUD-OUEST

(CHALOSSE - GASCOGNE
GERS - LANDES
PÉRIGORD - QUERCY)

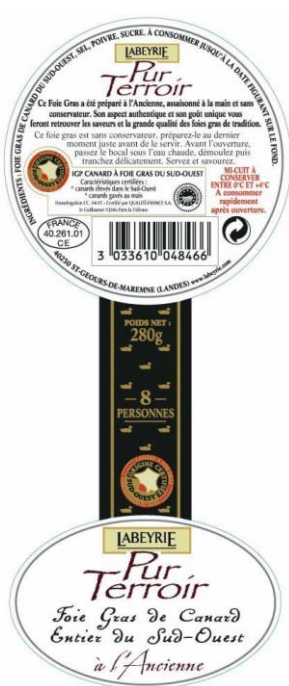




“Duck fat liver from South-West” ที่ได้รับ การคุ้มครอง GI (ฝรั่งเศส):

เป็นการผสมผสาน GI, CoTM, TM

เครื่องหมายการค้าของประเทศ



Labeyrie
Pur Terroir



เครื่องหมายการค้าแห่งชาติ

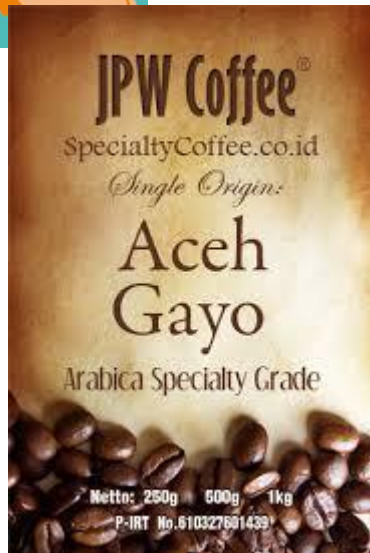
Montfort
Les Authentiques

ฉลากส่วนตัวของ ร้านค้าปลีก



PGI Canard à Foie Gras du Sud-Ouest – 15th เมื่อก ๒๐๐๘

4/2010



ขึ้นทะเบียนและมีพื้นที่ผลิตตามศักราชภาพ 3500 เฮกตาร์ ใน 6 เขตเทศบาล พื้นที่ระหว่าง 900–1300 ตารางเมตร

วัตถุประสงค์: เพื่อให้มีการรับรู้ที่ถูกต้องและหลีกเลี่ยงการใช้ชื่อของท้องถิ่นในทางที่ผิด

- มีการใช้ชื่อในทางที่ผิดน้อยลงนอกเมือง Gayo
- มีคุณภาพและการบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น
- มีทีมทดสอบถ้วยกาแฟ
- ราคาสูงขึ้นจาก IDR 35–50,000 เป็น 100–120,000/kg



ราคาเปรียบเทียบปี 2004 (ก่อนเป็นสินค้า GI) ถึงปี 2012

- ราคาที่ไร่
8 บาท/กิโลกรัม → 23 บาท/กิโลกรัม
- ราคาขายปลีก
35 บาท/กิโลกรัม → 50 บาท/กิโลกรัม

ที่มา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย, 2012

ข้อสรุป

บทสรุป

- GI: เครื่องมือที่น่าสนใจในการที่จะป้องกันและส่งเสริมสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในยุคโลกาภิวัตน์: มีประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จยาวนานในยุโรป
- หลายประเทศมีการเคลื่อนไหวอย่างมากในเอเชีย: มีสินค้า GI จำนวนมากที่ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง: กาแฟดอยช้าง และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากประเทศไทย กาแฟ อาราบิก้าจาก Gayo, Nưóc mấm Phú Quốc, พริกไทยกำปอต...
- สินค้า GI จากต่างประเทศสามารถได้รับความคุ้มครองใน EU โดยเส้นทางต่างๆ: สำหรับการที่จะเข้าถึงตลาด EU... แต่ก็ยังเป็นการเพิ่มยอดขายเพื่อที่จะพัฒนาตลาดในประเทศและในภูมิภาค!



ขอบคุณสำหรับการรับฟัง

denis.sautier@cirad.fr





การส่งเสริมสิทธิใน
ทรัพย์สินทางปัญญา
ในภูมิภาคอาเซียน

ขอบคุณ



Funded by the European Union



โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสหภาพยุโรป และดำเนินการโดยสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหภาพยุโรป