

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

PŘÍRODOVĚDECKÁ FAKULTA

Katedra rozvojových a environmentálních studií



**Příležitosti a limity geografického označení původu potravin (GI) se
zaměřením na rozvojové země**

Nela Štanderová

Bakalářská práce

Vedoucí práce: doc. Mgr. Zdeněk Opršal, Ph.D.

Olomouc 2023

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou geografického označení (GI) potravin a zkoumá jeho příležitosti i limity v rozvojových zemích. Práce nejprve objasňuje terminologii zeměpisného označování potravin a představuje jeho mezinárodně nejčastěji používané formy. Dále popisuje potenciální environmentální, sociokulturní a ekonomické přínosy, které mohou rozvojové země na základě aplikace GI získat. V následující části jsou pak představeny a popsány klíčové faktory registrace, jejichž povaha a správné nastavení jsou důležité pro úspěšnost aplikovaného zeměpisného označení.

Klíčová slova

Zeměpisné označení potravin, příležitosti a limity, rozvojové země, duševní vlastnictví

Abstract

This bachelor thesis focuses on the issue of Geographical Indication of food and analyses its opportunities and limits in developing countries. Firstly, the thesis clarifies the terminology of geographical indications and presents its most common, internationally used forms. The following part describes environmental, socio-cultural and economic benefits of developing countries, that might potentially arise by applying GI. Afterwards, the key registrations factors are introduced and described. The nature and correct setting of aforementioned are very important for the success of the applied Geographical Indication.

Keywords

Geographical Indication of food, opportunities and limits, developing countries, intellectual property

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Příležitosti a limity geografického označení původu potravin (GI) se zaměřením na rozvojové země“ vypracovala samostatně a veškeré použité zdroje jsem uvedla v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne 12. dubna 2023

.....

Nela Štanderová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat mým nejbližším – rodině a přátelům, kteří pro mě byli oporou nejen v období psaní bakalářské práce, ale v průběhu celého studia. Děkuju i tobě, eRko.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Nela ŠTANDEROVÁ**
Osobní číslo: **R190532**
Studijní program: **B0588A330001 Mezinárodní rozvojová a environmentální studia**
Studijní obor: **Mezinárodní rozvojová a environmentální studia**
Téma práce: **Příležitosti a limity geografického označení původu potravin (GI) se zaměřením na rozvojové země**
Zadávací katedra: **Katedra rozvojových a environmentálních studií**

Zásady pro vypracování

Předmětem bakalářské práce je geografické označení původu potravin (Geographical Indications) se zaměřením na rozvojové regiony. Práce představuje vývoj tohoto konceptu a zamýšlí se nad příležitostmi a riziky aplikace označení původu potravin v rozvojových regionech.

Rozsah pracovní zprávy: **10 – 15 tisíc slov**
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

UNCTAD. 2015. *Why Geographical Indications for Least Developed Countries?* New York, Geneva: UNCTAD.
Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., O'Connor, B., Yeung, M.T. 2009. *Guide to Geographical Indications Linking Products and Their Origins*. Geneva: International Trade Center.
Vandecastelaere, E., Arfani, F., Belletti, G., Marescotti, A. 2010. *Linking people, places and products: a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Rome: Food and Agriculture Organization.
El Benni, N., Reviron, S. 2009. *Geographical Indications: Review of seven case-studies world wide*. NCCR Trade Working Paper No. 2009/15. Bern: National Centres of Competence in Research.
Barjolle, D., Paus, M., Perret, A. 2009. *Impacts of Geographical Indications: Review of methods and empirical evidences*. Beijing: International Association of Agricultural Economists Conference.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Mgr. Zdeněk Opršal, Ph.D.**
Katedra rozvojových a environmentálních studií

Datum zadání bakalářské práce: 27. dubna 2021
Termín odevzdání bakalářské práce: 22. dubna 2022

L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

doc. RNDr. Pavel Nováček, CSc.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 12. května 2021

Obsah

| | |
|---|-----------|
| Seznam zkratk | 8 |
| Seznam obrázků | 8 |
| Úvod | 9 |
| Cíle a metody zpracování | 11 |
| 1 Vybrané formy geografického značení potravin | 12 |
| 1.1 Označení zdroje (Indication of Source) | 13 |
| 1.2 Označení původu (Appellation of Origin) | 13 |
| 1.3 Ochranné známky | 14 |
| 1.3.1 Certifikační známka | 15 |
| 1.3.2 Kolektivní známka | 15 |
| 2 Příležitosti GI v rozvojových zemích | 17 |
| 2.1 Environmentální aspekty | 17 |
| 2.2 Sociokulturní aspekty | 18 |
| 2.3 Ekonomické aspekty | 19 |
| 3 Klíčové faktory úspěchu GI v rozvojových zemích a rizika, která s nimi souvisí | 21 |
| 3.1 Identifikace produktu | 21 |
| 3.2 Vymezení území..... | 21 |
| 3.3 Kodex praxe | 22 |
| 3.4 Kolektivní akce | 24 |
| 3.5 Dodavatelský řetězec a distribuce prostředků | 26 |
| 3.6 Role státu..... | 28 |
| 3.7 Ochrana a kontrolní mechanismy..... | 30 |
| 3.8 Marketingové strategie a spotřebitelé | 33 |
| 3.9 Náklady spojené s procesem GI | 36 |
| Závěr | 38 |
| Seznam použité literatury | 41 |

Seznam zkratk

| | |
|--------|--|
| AO | označení původu |
| CSR | Společenská odpovědnost firem |
| GI | zeměpisné označení |
| IS | označení zdroje |
| TRIPS | Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví |
| UNCTAD | Konference OSN o obchodu a rozvoji |
| WTO | Světová obchodní organizace |

Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obrázek 1: Grafické znázornění vztahu mezi označením zdroje (IS), zeměpisným označením (GI) a označením původu (AO)..... | 13 |
| Obrázek 2: Logo Fairtrade..... | 27 |
| Obrázek 3: Logo evropských forem zeměpisného označení..... | 34 |

Úvod

Jak řekl v roce 1880 Lord Justice James: „Žádný člověk není oprávněn reprezentovat své zboží jako zboží jiného člověka.“ Rozvojové země oplývají značnou biologickou rozmanitostí a kulturním dědictvím. Tyto dvě skutečnosti jim umožňují produkovat řadu autentických výrobků, majících významný potenciál globálně konkurovat na světových trzích. Navzdory tomu čelí řada těchto zemí mnohým problémům a výzvám týkajícím se mezinárodního obchodu. Problém představuje především nepřítis diverzifikovaný export, který se skládá převážně ze surovin a produktů s nízkou přidanou hodnotou. Jejich ekonomiky bývají často závislé na vývozu několika málo komodit, někdy i na jedné jediné, a proto jsou citlivé na kolísající ceny na mezinárodním trhu. Problém může představovat ale i konkurence nepravých produktů v domácích a zahraničních destinacích. K eliminaci této skutečnosti může přispět geografické označování, které je součástí duševního vlastnictví od roku 1883 na základě Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví, která byla prvním významným krokem k zajištění ochrany tvůrců duševních děl v jiných zemích a vztahuje se na průmyslové vlastnictví v nejširším slova smyslu. V této úmluvě jsou ale zeměpisná označení vymezena pouze okrajově pod titulem „údaje o provenienci zboží nebo označení jeho původu“. Termín „zeměpisné označení“ (Geographical Indication – GI), který je předmětem této práce, byl poprvé aplikován roku 1995 v mezinárodní právní Dohodě o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (TRIPS), která je spravována Světovou obchodní organizací (WTO). Článek 22 odst. 1 definuje zeměpisná označení jako označení,

„která určují zboží jako zboží, pocházející z území člena, nebo oblasti, nebo místa tohoto území, jestliže lze danou jakost, pověst nebo jiné charakteristické znaky zboží v podstatě připsat jeho zeměpisnému původu“.

V rámci dohody TRIPS, podobně jako v dalších mezinárodních dohodách, ve kterých se téma zeměpisného označování rovněž vyskytuje, je číne rozdíl v ochraně mezi víny a lihovinami a zemědělskými či řemeslnými produkty. Na první zmíněné se zpravidla vztahuje vyšší míra ochrany. Vína a lihoviny ale nejsou předmětem této práce, a proto bude těžiště pozornosti upřeno výhradně na zeměpisná označení potravin.

Zeměpisná označení umožňují identifikovat produkty se specifickou kvalitou a atributy založenými na geografických, přírodních a sociokulturních faktorech. Geografickými faktory je míněna poloha a podoba daného území, jakožto zeměpisná šířka a délka, rozložení pevnin

a vodních ploch, nadmořská výška, orografie, mořské proudy či charakter povrchu. Tyto faktory dále ovlivňují klima teritoria, půdní vlastnosti, insolaci, úhrn srážek a jejich rozložení během roku¹. Sociokulturními faktory je myšlen např. způsob, jak se domorodci chovají k místním zdrojům a jaké procesní metody v různých fázích výroby jsou zde uplatňovány a předávány po dlouhá staletí z generace na generaci.

Registrované produkty jsou díky jedinečným vlastnostem, které vychází z *terroir*², jeho tradičních metod zpracování a výroby, diferencovány od ostatních produktů na trhu, čímž mohou získat konkurenční výhodu. GI mají potenciál poskytnout rozvojovým zemím komplexní rámec pro rozvoj a pozitivně působit na ekonomickou, sociokulturní a environmentální oblast. Mohou zlepšit živobytí výrobců v rozvojových zemích a zajistit jim vyšší cenové prémie než tradiční vývoz surových komodit. Implementace GI ale automaticky nezaručuje jeho úspěšnost. Velmi záleží, jak je celý proces navržen, spravován a podporován ze strany institucí a politik, a zda je zohledňována dynamika prostředí. Nabízí se tedy otázka, zda přínosy, které aplikace GI v rozvojových zemích může nabídnout, převýší náklady a limity, které jsou nevyhnutelné.

¹ Geografie území hraje také roli v přístupu na trhy. Rozhodující v této oblasti je, zda má daná země přístup k moři, či nikoliv. K pozemní dopravě se váží určité nevýhody, a to především v podobě vyšších finančních požadavků. Jak napsal Jeffrey Sachs ve své knize Konec chudoby: „Mnohé z nejchudších zemí světa jsou vážně omezovány vysokými náklady na dopravu, protože se nachází ve vnitrozemí; nachází se ve vysokohorských pásmech; nebo jim chybí splavné řeky, dlouhá pobřeží nebo přírodní přístavy“ (Sachs 2005, s. 57).

² Pojem „*terroir*“ má původ ve Francii, kdy z důvodu snahy zabránit podvodům na trhu s vínem v důsledku dramatického snížení produkce z francouzských vinic pandemií fyloxéry (neboli mšičky révokaz) koncem roku 1800 vláda kodifikovala zákon o označování vín a zákazu zneužívání názvu vín. Pro ospravedlnění ochrany zeměpisných názvů byl do normativního rámce zakotven pojem „*terroir*“, který představuje jakýsi prostor, kdy zvláštní kvalita produktu vychází právě z jeho místa původu, na které mají vliv přírodní a lidské faktory, jako je mikroklima, typ terénu, vlastností půdy a kulturní praktiky, které udržovaly tyto biologické zdroje po několik generací (Calboli 2017, Bonanno et al. 2020).

Cíle a metody zpracování

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat problematiku geografického označení (GI) potravin a zanalyzovat dopad tohoto konceptu na rozvojové regiony. Pro dosažení cíle byly stanoveny následující výzkumné otázky:

- Jaké jsou příležitosti a limity geografického označení potravin pro rozvojové země?
- Je GI relevantním nástrojem pro rozvoj a zlepšení životní úrovně v rozvojových regionech?

První část práce objasňuje terminologii zeměpisného označování potravin a představuje jeho mezinárodně nejčastěji používané a uznávané formy, kterými jsou označení zdroje (Indication of Source – IS), označení původu (Appellation of Origin – AO) a ochranné známky – certifikační a kolektivní, které jsou stručně popsány a porovnány se zeměpisným označením (Geographical Indication – GI), jak je definováno v dohodě TRIPS.

Druhá část práce se zaměřuje na potenciální příležitosti a přínosy aplikace zeměpisného označení potravin v rozvojových zemích, přesněji řečeno na environmentální, sociokulturní a ekonomickou oblast.

Třetí část práce se soustředí na klíčové faktory, nezbytné pro implementaci GI, které jsou rozděleny do devíti kapitol, z nichž každá zahrnuje podrobnější popis a kritické zhodnocení daného elementu. V jednotlivých kapitolách jsou nastíněny také potenciální limity, které tyto náležitosti z pohledu rozvojových zemí mohou představovat.

Závěr práce nabízí shrnutí problematiky a snaží se odpovědět na stanovené výzkumné otázky.

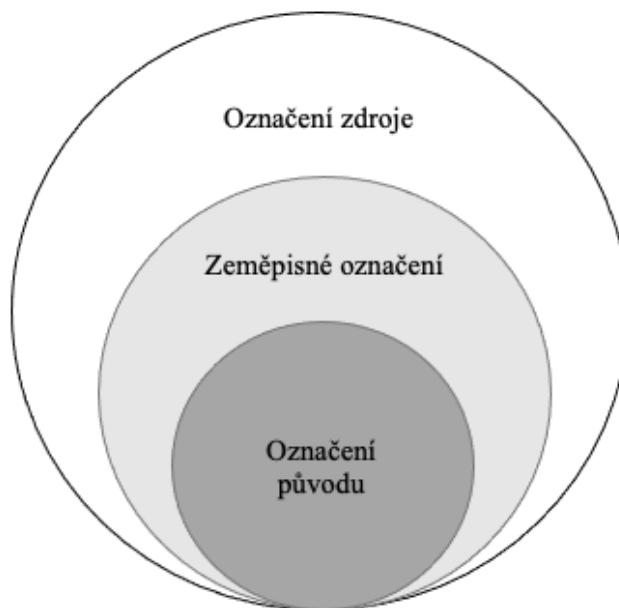
K vypracování této práce byly použity převážně anglicky psané akademické zdroje. Klíčovými prameny byly odborné články vědeckých časopisů (zejména z *The Journal of World Intellectual Property*) a knihy, z nichž nejvýznamnější byla ta od Giovannucciho et al. (2009) s názvem *Guide to Geographical Indications: Linking products and their origins*. Relevantními mezinárodními organizacemi zabývajícími se touto problematikou byly WIPO (Světová organizace duševního vlastnictví) a UNCTAD (Konference OSN o obchodu a rozvoji). Práce vznikla na základě rešerše, následné analýzy a zpracování do textové podoby.

1 Vybrané formy geografického značení potravin

Pojem „zeměpisné označení“ v širším slova smyslu zahrnuje různé právní mechanismy používané k ochraně produktů, které spotřebitelům sdělují zeměpisný původ, a v některých případech i další údaje o produktu, jako jsou kvalita, pověst nebo jiné specifické vlastnosti. Mezi nejpoužívanější formy značení patří označení zdroje (Indication of Source – IS), označení původu (Appellation of Origin – AO) a zeměpisné označení (Geographical Indication – GI). Kromě těchto speciálních forem ochrany se v mezinárodním měřítku lze setkat také s jinými právními instituty, jako jsou zákony o ochranných známkách (obvykle certifikační a kolektivní ochranné známky), anebo systémy ochrany zaměřující se na obchodní praktiky, např. zákony na ochranu spotřebitele nebo zákony na potlačování nekalé soutěže.

Tato různorodost je dána odlišným vývojem značení v jednotlivých zemích a je ovlivněna místními tradicemi i historickými a ekonomickými faktory. Zeměpisná označení (GI), jak jsou definována v dohodě TRIPS a která jsou předmětem této práce, představují určitý kompromis mezi vymezením zeměpisných označení v evropském pojetí a dalšími mezinárodně uznávanými formami. Od roku 2020 na základě Ženevského aktu Lisabonské dohody jsou také součástí Lisabonského systému, který rozšiřuje ochranu z označení původu (AO) na kategorii zeměpisných označení (GI), a umožňuje tak produktům, které nesplňují přísnější podmínky označení původu (AO), využít mechanismu mezinárodní ochrany (WIPO, Calboli, 2017). Právní povahou a mezinárodními dohodami se ale více zabývá kapitola 3.7 o ochraně a kontrolních mechanismech.

V následujících kapitolách jsou jednotlivé formy zeměpisného značení vysvětleny a porovnány s GI.



Obrázek 1: Grafické znázornění vztahu mezi označením zdroje (IS), zeměpisným označením (GI) a označením původu (AO)

Zdroj: převzato z Benni a Reviron, 2009, autorkou upraveno do češtiny

1.1 Označení zdroje (Indication of Source)

Termín „označení zdroje“ je nejranější a nejširší formou zeměpisného označování zboží a služeb, používaný v Pařížské úmluvě (1883) a Madridské dohodě (1891). Označení zdroje identifikuje zemi nebo místo v této zemi, kde byl daný produkt vyroben. Na rozdíl od GI zde nejsou vyžadovány žádné kvalitativní znaky, vlastnosti nebo pověst. Jediným relevantním faktorem je informace o místě původu. IS je nejpoužívanější formou zeměpisného označování a nabývá nejnižší úroveň právní ochrany. Příkladem může být zmínka o názvu země na produktu nebo označení jako „vyrobena v...“. (WIPO, 2002; Sasongko, 2012).

1.2 Označení původu (Appellation of Origin)

Označení původu bylo poprvé definováno v Lisabonské dohodě (1958) a představuje zvláštní druh zeměpisného označování zboží, který je často používanou formou v národních legislativách stanovujících konkrétní právo a systém ochrany. GI představuje obecnější pojem,

který na základě dohody TRIPS stanovuje pouze minimální úroveň ochrany. Její rozšíření je v kompetenci jednotlivých států (Das, 2009).

Mezi označením původu (AO) a zeměpisným označením (GI) existují značné rozdíly, a to především v oblasti kvality a vazby na místo původu. V případě prvního zmíněného jsou kladeny větší požadavky. Označení původu představuje zeměpisný název místa, regionu nebo ve výjimečných případech název země, který je používán pro určitý druh zboží z tohoto místa pocházejícího, přičemž jeho zvláštní kvalita a vlastnosti produktu jsou převážně nebo výhradně dány místem původu a jeho charakteristickými, přírodními nebo lidskými faktory. Výroba, zpracování a příprava musí probíhat v dané oblasti. Naproti tomu u zeměpisného označení (GI) stačí splnění pouze jednoho z kvalitativních kritérií, jež lze přičíst zeměpisnému původu (výrobek tedy může nabývat pouze určité kvality, pověsti nebo jiných charakteristických znaků) a v případě výroby, zpracování nebo přípravy je tomu rovněž – stačí realizace pouze jednoho z procesů v místě původu (WIPO; Das, 2006). Z toho vyplývá, že všechna označení původu (AO) jsou zeměpisnými označeními (GI), a jen v některých případech je tomu i naopak. Zeměpisná označení (GI) tak mohou být z důvodu nižších požadavků pro rozvojové země vhodnější variantou.

Důležité je také zmínit, že v případě označení původu je cílem uvést původ produktu, název tedy vždy musí obsahovat geografický údaj. U GI jde především o identifikaci zboží. Označení tedy může obsahovat i negeografické názvy, fráze, symboly, barvy (Giovannucci et al., 2009; Sasongko, 2012).

1.3 Ochranné známky

Některé země chrání zeměpisný původ produktu podle zákona o ochranných známkách, konkrétněji prostřednictvím kolektivních nebo certifikačních známek, které se používají k identifikaci zvláštních vlastností zboží (jako je právě např. jeho zeměpisný původ). Tak tomu je v USA, Kanadě, Austrálii, Číně, v mnoha afrických a arabských zemích (Das, 2009; Giovannucci et al., 2009). Jedním z nejvýraznějších rozdílů mezi ochrannými známkami a zeměpisným označením (GI) je jejich právní povaha. Zeměpisná označení (GI) jsou, na rozdíl od ochranných známek, svou povahou kolektivní. Přihlašovatelem musí být skupina subjektů – sdružení výrobců nebo zpracovatelů výrobku. V případě ochranných známek je přihlašovatelem fyzická nebo právnická osoba, která má následně výlučné právo na její užívání.

Z pohledu vlastnického práva GI nelze prodávat, licencovat ani převádět na jiné subjekty, protože nejsou majetkovým právem. Oproti tomu ochranné známky charakter majetkového práva mají, jejich převoditelnost na jiné subjekty a licencování jsou tedy v zásadě možné.

Odlíšnost lze nalézt také v době platnosti jednotlivých institutů. Na rozdíl od ochranných známek, jejichž platnost je časově omezena lhůtou 10 let, je ochrana výrobků prostřednictvím zeměpisného označení (GI) časově neomezená. Platnost ochranné známky lze ale následně prodloužit na stejnou časovou periodu.

Zeměpisná označení (GI) jsou veřejným statkem, a to z toho důvodu, že vlastnosti produktu s označením jsou výsledkem místního dědictví budovaného po generace, které nepatří nikomu konkrétnímu (Bowen, 2010b). GI jsou přístupné všem výrobcům, kteří se nachází v definované oblasti a splňují kodexem stanovené normy. Z těchto důvodů mohou být vhodnější variantou pro ochranu tradičních znalostí v rámci komunity v rozvojových zemích (Bramley, 2011).

1.3.1 Certifikační známka

Certifikační ochranná známka slouží k potvrzení, že výrobek, na kterém je známka použita, nabývá specifických vlastností (jako je třeba zeměpisný původ) a splňuje předepsané normy, které pro ni byly stanoveny. Majitel známky, jímž většinou bývá vládní agentura nebo sdružení výrobců zastupujících výrobce v uvedené zeměpisné oblasti, nesmí z důvodu narušení objektivitu označení používat. Nedodržování tohoto pravidla vede k neplatnosti známky (WIPO, 2002; Giovannucci et al., 2009). Certifikační známky se od ostatních ochranných známek liší v tom, že nerozlišují produkty nebo služby jednoho výrobce od produktů jiného výrobce, ale každý, kdo splňuje stanovené standardy, může být certifikován.

1.3.2 Kolektivní známka

Kolektivní ochranná známka je další, i když méně obvyklou variantou ochrany (Giovannucci et al., 2009). Známkou je zpravidla vlastněna kolektivním veřejným nebo soukromým orgánem, jako jsou obchodní sdružení (např. zemědělská družstva výrobců vína nebo sýrů). Z hlediska subjektu, jenž může o ochranu požádat, lze zde vysledovat určitou podobnost se zeměpisnými označeními (GI). Další, výše uvedené rozdíly mezi ochrannými známkami a zeměpisnými označeními (GI) jsou ale zachovány.

Kolektivní známku mohou používat pouze členové, kteří jejím prostřednictvím mohou odlišit své produkty od ostatních na trhu. Členové kolektivu musí dodržovat stanovená pravidla, jako je zeměpisná oblast výroby zboží, na kterém se kolektivní známka užívá, nebo normy výroby (WIPO, 2002).

2 Příležitosti GI v rozvojových zemích

Na globální úrovni se v posledních deseti letech zvyšuje zájem o zeměpisná označení. S ohledem na skutečnost, že v rozvojových zemích jsou životy mnoha lidí závislé na výrobě tradičních produktů, mohou mít zeměpisná označení na tyto komunity významný pozitivní dopad (Jena a Grote, 2010). Zeměpisná označení mohou na základě svých specifických vlastností a pověsti, které jsou spjaty s místními přírodními podmínkami, znalostmi a tradicí, vytvářet přidanou hodnotu, a poskytnout tak venkovským komunitám sociokulturní, ekonomické a environmentální přínosy (Shafi, 2022). GI je mnohými autory považován za multifunkční nástroj, který může pomoci k rozvoji venkova (Giovannucci et al., 2009; Bramley, 2011). Velmi ale záleží, jak je celý proces navržen, realizován, a zda je jeho povaha dlouhodobě udržitelná.

2.1 Environmentální aspekty

Produkcí zeměpisných označení se z větší části zabývají komunity, které pochází z okrajových nebo méně příznivých regionů z hlediska produktivity. Unikátní environmentální a sociální vlastnosti prostředí, které ovlivňují produkty v těchto oblastech se vyskytující, jsou ve většině případů tytéž vlastnosti, které brání rozvoji konvenčního zemědělství (Bowen, 2010b). Produkty s označením bývají založeny na místních přírodních zdrojích, vyrábějí se z místně dostupných surovin, které jsou ve většině případů z přírodních materiálů. Ve srovnání se standardními průmyslovými artikly jsou navíc vyráběny šetrněji k životnímu prostředí (Medeiros a Passador, 2022).

Zeměpisná označení fungují jako identifikátory vazby mezi produktem a regionem. Svou povahou mohou podněcovat výrobce k přijetí dlouhodobých udržitelných strategií využívání půdy, a mít tak pozitivní vliv na životní prostředí a zachování biologické rozmanitosti (Medeiros a Passador, 2022). Způsoby, jakými jsou půda a další místní zdroje, které mají charakter veřejných statků, využívány, jsou zásadní pro dlouhodobou udržitelnost a zachování kvality prostředí, které jsou významné pro prosperitu GI, především pak pro výrobce, aby mohli dlouhodobě poskytovat produkt stejné kvality (Calboli, 2020). Existují ale také případy, kdy z důvodu nadměrné poptávky a touhy po větším ekonomickém prospěchu ochrana GI vede k degradaci životního prostředí, např. prostřednictvím zintenzivnění produkce v podobě zavedení velkoplošných monokultur nebo na základě postupné mechanizace a chemizace (Giovannucci et al., 2009). Negativní vliv na tamní zdroje může mít i stoupající zájem

biotechnologických a farmaceutických společností o přírodní zdroje a související know-how v rozvojových zemích, které hledají léky na vážné nemoci a způsoby ke zvýšení potravinové bezpečnosti (Davies, 2018).

Je důležité poznamenat, že zeměpisné označení samo ze své podstaty nedává podnět k ochraně životního prostředí, biologické rozmanitosti, nebo dokonce k omezení používání agrochemikálií či šetrnému zacházení se zdroji (Bonanno et al., 2020). Je potřeba zvážit kompromis mezi dlouhodobými a krátkodobými přínosy, přičemž kvalita místních přírodních zdrojů určuje ekonomickou životaschopnost v budoucnosti (Vandecandelaere et al., 2018). Dopady na environmentální dynamiku se liší případ od případu. Pro jejich příznivý vývoj je nezbytné uvedení těchto faktorů v kodexu praxe, např. v podobě regulace strategií využívání půdy a manipulace s plodinami.

2.2 Sociokulturní aspekty

Produkty se zeměpisným označením se vztahují k místním a tradičním znalostem regionu. Z tohoto důvodu se GI zdá být účinným nástrojem pro ochranu kulturní identity, který může přispět k zachování a podpoře kulturní rozmanitosti potravin, a zaujímat tak pozici jakéhosi protipólu vůči homogenizačním účinkům globalizace. Výhradní používání zeměpisného označení přispívá k zachování tradičních výrobních technik, které by jinak mohly podlehnout konkurenci velkých agropotravinářských firem a jejich technikám hromadné výroby (Bowen, 2010b; Calboli, 2020).

Zeměpisná označení umožňují místním komunitám pokračovat ve výrobě svých tradičních produktů, díky čemuž se nemusí přeorientovávat a hledat alternativní způsoby příjmů pro zajištění svých potřeb. GI mohou přispívat k ochraně hmotného i nehmotného kulturního dědictví a jejich uznání na národní i mezinárodní úrovni, nebo také k posílení kulturní identity a zachování tradičních znalostí, které jsou v určitém regionu předávány z generace na generaci po dlouhá staletí, a díky označení mohou být zachovány i pro budoucí generace. Zeměpisná označení mohou pomáhat v rozvoji místních komunit a zvyšovat profesionalitu výrobců v podobě nabytí nových znalostí a dovedností (Quiñones-Ruiz et al., 2016). V případě dodržování principů spravedlivého obchodu mohou místním zajistit lepší životní a pracovní podmínky a přispět ke zmírnění chudoby v rozvojových regionech.

Mladší generace v rozvojových zemích z důvodu malého množství příležitostí a nízkých příjmů odchází z venkovských oblastí do měst. Důvodem bývá vidina lepší

budoucnosti v podobě kvalitnějšího vzdělání, lepších životních podmínek a větších možností. Mladší generace, ale i zkušení výrobci často nechtějí vykonávat zemědělské práce typické pro jejich oblast či kulturu, protože jim nepřináší dostatečné příjmy a jistoty, a opouští svá povolání, aby hledali jiné lepší a stabilnější (Selod a Shilpi, 2021). Zeměpisná označení mají potenciál zatraktivnit výrobu tradičního zboží a motivovat místní k zachování a pokračování ve výrobě. GI mohou přispívat ke snižování zranitelnosti chudých venkovských oblastí, k posílení regionální identity, vzájemných vazeb, a jelikož součástí procesu mohou být jenom ti, kteří se nachází ve vymezené lokalitě, může přispívat také ke snížení exodu z venkovských oblastí (WIPO, 2021; Shafi, 2022).

Je ale důležité poznamenat, že produkt s označením nezajišťuje ochranu tradičních znalostí přímo. GI pouze brání ostatním, kteří nejsou členy komunity, využívat práv plynoucích z registrace, a napomáhá k odlišení produktů s označením od ostatních napodobenin. Vzhledem k přidané hodnotě systému zeměpisných označení mohou výrobci méně inklinovat k nahrazování tradičních postupů méně nákladnými, a výroba levnějších a imitujících variant tak může být potlačena (WIPO, 2021).

2.3 Ekonomické aspekty

Produkty se zeměpisným označením svou povahou vytváří prostředek diferenciaci, eliminují konkurenci podobných produktů³ a zlepšují přístup na trh. Prostřednictvím zvýšení objemu prodaného zboží a potenciální cenové prémie může GI poskytnout zemědělcům v rozvojových zemích vyšší příjmy (Bramley, 2011). Navíc aplikace GI vytváří nová pracovní místa v oblasti zpracování, balení produktu, uvádění na trh, administrativy a další.

Samotné cenové prémie ale automaticky nepřináší ekonomické výhody. Musí být dostatečně vysoké, aby pokryly veškeré náklady spojené s registrací a následným provozem GI (Giovannucci et al., 2009). Výše přínosů pro zemědělce bude také záležet na míře intervence ze strany státu a rozdělení přidané hodnoty mezi zúčastněné subjekty. Mnohdy totiž převládá tendence ze strany obchodníků a distributorů si tuto hodnotu ponechat, a výrobci tak zůstávají bez odměny (viz kapitola 3.5) (Vandecandelaere et al., 2018).

Na základě registrace GI mohou vznikat i nepřímé výhody, jako jsou lepší místní správa a infrastruktura, zvýšená hodnota pozemků nebo větší objem návštěvnosti regionu pramenící

³ Zeměpisná označení mají potenciál vytvářet monopolní strukturu trhu. Jiným výrobcům, kteří se nenachází ve vymezené lokalitě a nesplňují kodex praxe, komplikují vstup na trh.

ze zvýšeného uznání a jména. Cestovní ruch může mít pozitivní dopad na míru zaměstnanosti a další služby v regionu, jako jsou ubytovací zařízení a restaurace (Calboli, 2017). Významnou úlohu mohou představovat i udržitelnější formy cestovního ruchu, jako jsou ekoturistika nebo agroturistika⁴. GI mohou zatraktivnit region pro obchod, přilákat soukromé investory a zlepšit regionální spolupráci mezi státem a obchodními partnery (Coombe et al., 2014). Registrace jednoho produktu v regionu navíc může usnadnit registraci dalších, není to však pravidlo.

⁴ Ekoturistika a agroturistika jsou jedny z forem udržitelného cestovního ruchu, který v posledních letech získává na oblibě. Cílem ekoturistiky je objevování přírodních zdrojů a tradičních kultur s respektem a minimalizací negativních dopadů na ekosystémy a sociokulturní prostředí (Brophy, 2015). Agroturistika představuje komerční podnikání, v jehož rámci se propojuje cestovní ruch se zemědělskou výrobou. Agroturistika může farmářům a zemědělcům zajistit sekundární zdroj příjmu a vytvářet tržní příležitosti v podobě možnosti prodeje svých produktů přímo turistům (Choenkwan et al., 2016). Jedná se o pobyt na venkově na farmách, kde se návštěvníci mohou seznámit s chodem celé farmy, popřípadě si i některou z typicky zemědělských prací vyzkoušet. Agroturistika podporuje rozvoj venkovského podnikání a vytváří pracovní místa, čímž může pomoci k zmírňování chudoby (Kolawole et al., 2023).

3 Klíčové faktory úspěchu GI v rozvojových zemích a rizika, která s nimi souvisí

3.1 Identifikace produktu

Před započítím samotné registrace a všech kroků, které se k ní vážou, je důležité identifikovat a pojmenovat specifické vlastnosti produktu, jež jsou dány konkrétní geografickou polohou, a kritické pro uznání jeho hodnoty. Je potřeba zanalyzovat očekávané přínosy i náklady a určit, zda má daný produkt potenciál konkurovat na regionálních a mezinárodních trzích. Důležitý prvek tvoří také definice a prokázání vazby mezi místem původu a konkrétním znakem kvality produktu, aby spotřebitelé získali povědomí o relevantnosti původu daného zeměpisného označení (Radhika et al., 2021). To obvykle vyžaduje technickou podporu ze strany geologů, biologů, antropologů, historiků, sociologů a dalších odborníků, kteří mohou napomoci k vyhotovení potřebných dokumentů a analýz (Medeiros a Passador, 2022). Vědecké pokusy a studie jsou často nákladné a v mnoha případech bývají podporovány poloveřejnými, nevládními nebo soukromými organizacemi (Quiñones-Ruiz et al., 2016). Součástí reflexe by měl být také odhad, jaký bude o daný produkt ze strany spotřebitelů zájem, zda budou kupující ochotni za něj zaplatit vyšší částku a ocenit jeho vlastnosti.

Registrace produktu se zeměpisným označením automaticky nevede k socioekonomickým přínosům a rozvoji venkova. Velmi záleží na kontextu místa, jak je proces navržen, implementován, spravován, chráněn, využíván, a také jaká je povaha zbylých činitelů potřebných pro implementaci, které jsou rozebrány v následujících kapitolách (Bramley, 2011). Zvážení všech těchto faktorů je zásadní a rozhodující pro další vývoj GI, tedy zda má význam v registraci pokračovat.

3.2 Vymezení území

Zeměpisné označení odkazuje na specifickou kvalitu produktu, která závisí na konkrétních místních podmínkách. Proto je důležité definovat geografické hranice území, které budou co nejpřesněji odrážet oblast splňující veškeré faktory nezbytné pro zachování vlastností produktu (Sautier et al., 2011). To se může jevit jako relativně jednoduchá záležitost, opak je však pravdou a v některých případech představuje první kámen úrazu v podobě konfliktů. Oblast pěstování, která zároveň splňuje veškeré podmínky produkce, se nemusí shodovat

s politickými hranicemi země. Může se jednat o území menší nebo větší. Výsledné rozhodnutí určí, kdo bude moci být členem aplikovaného GI a kdo z něj bude vyloučen. Některé oblasti volí jednodušší cestu a za území produkce stanoví celý politický region, to ale může představovat riziko v podobě kvalitativní odlišnosti, čímž může být ohrožena pověst produktu (Giovannucci et al., 2009; Medeiros a Passador, 2022).

3.3 Kodex praxe

Veškeré patřičnosti, jako je vymezení geografických hranic území, kde je produkce uznána, kvalita surovin a jejich specifika, výrobní metody a postupy, popis hotového produktu, včetně jeho zvláštních kvalitativních znaků nebo atributů počítaje přírodními nebo lidskými faktory vztahujícími se k regionu, které přispívají k unikátnosti produktu, jsou zahrnuty v tzv. kodexu praxe⁵, který slouží jako záruka stálosti kvality a vlastností, které spotřebitelé od produktu se zeměpisným označením očekávají (Giovannucci et al., 2009; Calboli, 2020). V případě jeho nedodržování by mohlo dojít k poškození image produktu. Kodex praxe v rozvojových zemích obvykle vytváří centralizovaný orgán, kterým zpravidla bývá vládní ministerstvo nebo statutární orgán (Marsoof a Tan; 2021). V rámci tohoto procesu je potřeba sjednotit výrobní postupy a další kroky týkající se výroby, zpracování a expedice.

Pravidla uvedená v kodexu praxe by měla být konkrétní, nikoli však ale statická a neměnná, aby nebylo bráněno inovačním procesům a schopnosti adaptace na měnící se tržní prostředí a preference spotřebitelů (Medeiros a Passador, 2022). S tím je ale potřeba nakládat rozvážně. Zvýšená poptávka po v očích zahraničních spotřebitelů nových produktech může vést k přechodu z tradičních výrobních postupů k více mechanizovaným, což může ovlivnit vnitřní kvalitu produktu, a navíc vyloučit výrobce, kteří si modernizaci výroby nemohou z finančních důvodů dovolit (Bramley, 2011; Marie-Vivien et al., 2019). Bowen (2010b) uvádí, že přechod z lokálních trhů na regionální, národní nebo mezinárodní může vést ke změně organizace výroby a vlastností produktu. Důvodem mohou být požadavky na přepravu nebo odlišný vkus spotřebitelů na nových trzích. Zde dochází k poměrně zásadnímu paradoxu, kdy na jedné straně mají zeměpisná označení podporovat a pomoci zachovat výrobu tradičních produktů spolu s tradičním know-how komunit, a na straně druhé jsou tržními silami tlačeny k rozšíření výroby a expanzi na nové trhy, což nevyhnutelně vede k pozměnění výrobního procesu (Bonanno et al., 2020). V případě jeho přetvoření, tedy upřednostnění modernizace před místními tradičními

⁵ Nebo také „specifikace produktu“.

znalostmi a praktikami, hrozí ztráta specifičnosti produktu, která je pro GI zásadní (Medeiros a Passador, 2022).

Kodex praxe může být také vhodným prostředkem ochrany před výrobci, kteří se budou snažit ze zavedeného GI profitovat, nebo před mocnými zámořskými a národními hráči, již mají přístup k technologiím a obchodním kanálům a kteří taktéž mohou mít tendenci značku zneužít a napodobit. Aby se všem těmto potenciálním rizikům předešlo, je důležité náležité vypracování kodexu praxe a navržení mechanismu pro udělování práva užívání označení výrobcům (Calboli, 2017).

Nesporným přínosem by bylo, kdyby do specifikace produktu, reklamních materiálů i na obal produktu⁶ byl uveden také původ všech jednotlivých komponentů a kroků výroby, které nepochází z definované oblasti zeměpisného označení, a díky nimž finální produkt vznikl. Zeměpisná označení, jak už bylo zmíněno v 1. kapitole o vybraných formách geografického značení, umožňují, aby pouze jeden výrobní proces probíhal ve vymezené oblasti. V praxi to tedy může znamenat, že farmáři vypěstují svou plodinu, a ta je jako surovina nebo nezpracovaný zemědělský produkt exportována do jiné země (nejčastěji vyspělé), kde dochází k dalšímu zpracování a úpravám na finální produkt. Tato skutečnost je pro rozvojové země ale velice nevýhodná, protože suroviny mají mnohem nižší prémiovou cenu než hotové výrobky, a v důsledku toho se rozvojovým zemím může dostávat menších zisků. Navíc by tato skutečnost mohla napomoci k větší míře transparentnosti a ke snížení informační asymetrie na trhu. Spotřebitelé by tak byli více informováni o produktu a mohlo by jim to pomoci v nákupním rozhodování, výrobci by byli motivováni k pečlivému výběru materiálu, přísad a dalších náležitých složek, a nedocházelo by tak ke snižování kvality produktu. Stejně tak by tato skutečnost mohla být přínosem pro výrobce v lokalitách stojících mimo definované území, kteří se taktéž podílí na vzniku finálního produktu se zeměpisným označením, aby se neztráceli ve výrobním řetězci a jejich práce dostala uznání (Calboli, 2017; Vandecandelaere et al., 2018).

Poněkud volné znění článku 22 dohody TRIPS, podle kterého jsou členové dohody povinni zabránit praktikám, které uvádí veřejnost v omyl nebo představují akt nekalé soutěže, lze také vykládat následujícím způsobem. Pokud by výrobci tyto informace o původu jednotlivých složek a kroků neposkytli, mohla by se tato skutečnost považovat za způsob, který uvádí veřejnost v omyl (porušení článku 22) v oblasti zeměpisného původu zboží, a tím by

⁶ Poslední dva jsou zmíněny hlavně proto, že spotřebitelé zřídka nahlíží do specifikace produktů, pokud vůbec o její existenci vědí. Spoléhají především na informace uvedené přímo na obalu výrobku nebo v reklamě.

výrobcům mohlo být odepřeno právo na používání uvedeného GI (Calboli, 2017). Záleží ovšem také na právních předpisech jednotlivých států, zda takové zveřejnění vyžadují.

3.4 Kolektivní akce

Zeměpisná označení jsou kolektivně vytvořená a spravovaná práva duševního vlastnictví. Výhradní právo na jejich používání mohou mít všichni výrobci, kteří se nachází ve vymezené lokalitě a kteří splňují a dodržují výrobní postupy i normy produktu, jež byly asociací výrobců a/nebo vedením konsorcia identifikovány a ujednány (Simanjuntak, 2021). Kolektivní akcí se rozumí spolupráce mezi jednotlivými účastníky procesu, tedy mezi místními výrobci, rozvojovými organizacemi, místní samosprávou, odborníky a dalšími aktéry dodavatelského řetězce, již usilují o vzájemný prospěch a dosažení konsenzu v klíčových otázkách, aniž by však ztratili svou nezávislost. Součinnost je nezbytná jak před registrací pro rozřešení otázek a záležitostí, které se k ní vážou, jako je např. vytvoření specifikace produktu nebo organizace výroby, tak po ní, kdy jsou vyžadovány intenzivní marketing a propagace (UNCTAD, 2015). Kolektivní akce spolu s participací všech zúčastněných stran a jejich spoluprací na horizontální i vertikální úrovni jsou klíčovými faktory úspěšnosti GI. Případy s vyšší mírou zapojení zemědělců a zpracovatelů vykazují lepší výsledky než ty, které v prvních fázích vynaložily poměrně malé úsilí. Ukazuje se, že nižší ex ante participace s sebou přináší riziko vyšších ex post nákladů, a někdy i selhání zavedeného GI a společného úsilí (Quiñones-Ruiz et al., 2016).

V rámci registrace, implementace a správy GI je potřeba vést veřejné diskuze vztahující se ke každé fázi procesu, v nichž má každé slovo stejnou váhu a jichž se účastní všichni aktéři, kteří stojí za celým procesem zeměpisného označení produktu od místních výrobců přes firmy v různých fázích dodavatelského řetězce až po orgány veřejné moci. Diskuze jsou obvykle časově náročné a v mnoha případech jsou doprovázeny konflikty, které mohou plynout z heterogenních postojů, zájmů a představ jednotlivých účastníků (Belletti et al., 2017). Quiñones-Ruiz et al. (2016) ovšem uvádí, že intenzivnější interakce aktérů před registrací vede k široce akceptovaným společným dohodám, k vyšší důvěře a integraci výrobců. K posledně zmíněnému mohou napomoci i vzdělávací programy, kde se výrobci s celým konceptem a jeho náležitostmi seznámí.

Kolektivní povaha GI s sebou přináší řadu výhod a pomáhá zemědělcům v překonání mnoha výzev, kterým čelí, jako jsou financování, propagace a marketing produktu nebo

rozšiřování své působnosti na nové trhy, které by si jako jednotlivci nemohli dovolit. Díky kolektivní správě dochází ke snižování transakčních nákladů, k lepší sledovatelnosti, ke sdílení rizik a zvýšené produktivitě, vyvolané vzájemnou výměnou zkušeností, společným učením a spoluprací. GI má potenciál posilovat postavení drobných zemědělců a podněcovat kooperativní jednání (UNCTAD, 2015). Charakter kolektivního vlastnictví majetku založeného na pověsti a určitých kvalitách souvisejících s definovanou oblastí navíc může vést také ke sjednocení výrobců ve snaze o dlouhodobé zlepšování standardů kvality výroby.

Na některé výrobce může ale kolektivní povaha konceptu působit protichůdně a mít nepříznivý dopad na jejich psychickou stránku, neboť přichází o svou nezávislost a jsou pobízeni ke spolupráci, unifikaci a přizpůsobení se stanoveným výrobním postupům (Giovannucci et al., 2009). Zapojení se do procesu není ovšem jejich povinností. Pokud by se však rozhodli nebýt jeho součástí, o jejich necertifikované produkty by nemusel být zájem, čímž by mohlo být ohroženo jejich živobytí.

V rozvojových zemích, na rozdíl od Evropské unie, kde jsou kolektivy vytvářeny samotnými aktéry, kteří jsou zapojeni do dodavatelského řetězce, je v mnohých případech hlavním iniciátorem vláda nebo nevládní organizace. K implementaci zde častokrát dochází spíše na základě externího vnučování než na základě skutečné potřeby (Bramley, 2011). Navíc se ukazuje, že je lepší a efektivnější, pokud kolektiv výrobců existuje již před registrací, než když je uměle vytvořen. Důvodem jsou lepší vztahy mezi jednotlivci, přetrvávající pevnější vazby či úroveň a ochota ke spolupráci. Bramley (2011), Quiñones-Ruiz et al. (2016), Medeiros a Passador (2022) i další poukazují na riziko přílišné centralizace GI a zdůrazňují důležitost iniciativy zezdola, tedy tzv. bottom-up approach. Přístupy shora dolů sice usnadňují registrační proces a minimalizují konflikty, které mohou vznikat během diskuzí, avšak nezdají se být nejlepším řešením, zvláště z důvodu omezování přímé účasti a zapojování aktérů dodavatelského řetězce do budování GI.

Problémem v rozvojových zemích je nízké povědomí malých farmářů a výrobců o existenci zeměpisných označení. Iniciativa pocházející shora – ať už ze strany vlády, nebo jiné instituce – je zde proto nevyhnutelná, nemusí být však významná. Na druhé straně oproti jiným formám značení, jako jsou „Fairtrade“ nebo značky „Eko“, „Bio“ či „Organický“, jejichž normy a definice jsou již pevně ustanoveny a navrženy organizacemi pocházejícími nejčastěji ze Severu, GI umožňuje výrobcům v rozvojových zemích, aby se sami organizovali a vytvořili pravidla a standardy kvality. Nezávislost a sebeorganizace místních výrobců by měly být dlouhodobým cílem (UNCTAD, 2015). Výzvou zeměpisného označení je nalezení způsobu,

kdy výrobci mohou vstoupit na nové trhy, a zároveň si zachovat kontrolu nad výrobou a autentičnost produktu (Bowen, 2010b).

3.5 Dodavatelský řetězec a distribuce prostředků

Kolektivní povaha tohoto práva duševního vlastnictví ale nezaručuje spravedlivé rozdělení hodnoty vytvořené prostřednictvím procesu GI mezi všechny zúčastněné (Bramley, 2011). Úspěšnost GI a jeho potenciál zlepšit životy výrobců v rozvojových zemích velmi závisí na charakteru dodavatelského řetězce, především na jeho velikosti⁷, míře heterogenity, stupni koncentrace v jednotlivých fázích řetězce a obzvláště na tom, jak spravedlivě je skutečný přínos distribuován, přesněji řečeno, zda dosáhne až na výrobce (Radhika et al., 2021; Marsoof a Tan, 2021). V mnoha případech v úspěšnosti GI a všech výhod z něho plynoucích brání charakteristika současného agropotravinářského systému s jeho globální působností a dominancí na trhu. Z prodeje zpravidla mívají větší prospěch zprostředkovatelé obchodu, kteří fungují jako prostředníci mezi výrobcem a trhem, než sami výrobci.⁸ Může se jednat o vývozce, obchodníky, stát nebo implementační agentury (Das, 2009). Zprostředkovatelé obvykle zadávají příkazy k výrobě plynoucí od kupujících, maloobchodníků či velkoobchodníků a rozhodují o výši ceny a mzdě zemědělců, což z nich činí velmi dominantní v komunitě. Tyto subjekty mají kupní sílu a disponují značnými finančními prostředky (Shafi, 2021).

Je-li systém pod kontrolou pouze jedné části řetězce, tedy obchodníků nebo místní elity, může být příliš orientován na dosažení zisku a výrobcům se mohou dostat minimální výhody. Přílišná orientace na politické a obchodní zájmy může negativně ovlivnit i další potenciální přínosy, jako je prosperita životního prostředí a kultury (Giovannucci et al., 2009). GI navíc neřeší otázky týkající se pracovněprávních vztahů a odměňování pracovníků. V případě velkého zájmu může být životaschopnost zavedeného GI postavena na pracovním vykořisťování, což z dlouhodobého hlediska není udržitelné (Bonanno et al., 2020).

Je proto potřeba navrhnout transparentní instituce, na něž budou dohlížet mediátoři a facilitátoři, a vytvořit efektivní ochranné mechanismy, které budou místní výrobce chránit

⁷ Obecně platí, že kratší výrobní řetězec umožňuje aktivní zapojení účastníků, jejich lepší interakci, efektivnější prodiskutování otázek a dosažení konsenzu. Menší počet zprostředkovatelů také může přispět ke spravedlivějšímu rozdělení cenových premii.

⁸ V některých případech (čaj Darjeeling, Ceylon nebo rýže Hom Mali) navzdory značným ekonomickým výhodám, které s sebou registrace přinesla, žijí pracovníci nadále ve stavu chudoby a jsou vystavováni špatným pracovním podmínkám (Marsoof a Tan, 2021).

před vlivy a zneužitím procesu ze strany korporací, pomohou jim zachovat jejich autonomii při rozhodování o produkci a zajistit spravedlivé rozdělení prostředků (UNCTAD, 2015; Sekine, 2019).

Ke zlepšení socioekonomických podmínek komunit může napomoci také začlenění principů vycházejících z konceptů Společenské odpovědnosti firem (CSR) a certifikace spravedlivého obchodu „Fairtrade“. Tyto iniciativy sdílí určité společné hodnoty, kterými jsou (Marsoof a Tan, 2021):

1. spravedlivé mzdy a výkupní ceny,
2. lepší pracovní podmínky,
3. přístup ke vzdělání a školení výrobců,
4. ochrana a dodržování lidských práv,
5. šetrnost k životnímu prostředí.

Spravedlivé a důstojné zacházení s místní pracovní silou je důležité pro dlouhodobou udržitelnost procesu, protože jsou to právě oni, na kom je celý proces postaven. Bez sběračů čajových lístků by nebyl čaj, bez zemědělců by nebyla rýže a tak dále. Certifikace „Fairtrade“ nebo model CSR navíc mohou posílit pověst a image produktu, a přilákat tak další spotřebitele k zakoupení produktu se zeměpisným označením.



Obrázek 2: Logo Fairtrade

Zdroj: Fairtrade International, 2023

Podle Vandecandelaere et al. (2018) nedílnou součástí představuje také schopnost uzavírat dohody s navazujícími provozovateli, která může napomoci ke zvýšení transparentnosti a k celkově hladšímu průběhu procesu. Důležité je zvážit i různé distribuční kanály, jak se bude zboží dostávat od výrobců až ke koncovým zákazníkům, jako jsou maloobchodníci, supermarkety, místní trhy, specializované prodejny nebo přímý prodej, a určit relevantní trh (Simanjuntak, 2021).

3.6 Role státu

Role státu a jeho důležitost v procesu GI se může případ od případu lišit, záleží na konkrétní zemi a její politické situaci, a také na okolnostech daného produktu, např. zdali jsou již výrobci organizováni a spolupracují, nebo je teprve kolektiv potřeba vytvořit. Intervence státu do implementace zeměpisného označení je v rozvojových zemích ale nezbytná. Nízká angažovanost a méně přísné přístupy obvykle přináší výhody místo domácím malým a středním výrobcům velkým agropotravinářským společnostem, což oponuje tvrzení, že zeměpisná označení jsou nástrojem, který podporuje místní komunity a jejich výrobu tradičního zboží (Bonanno et al., 2020). Stát a poloveřejné orgány, jako jsou příslušné orgány, nevládní organizace, národní výzkumná centra, mohou podpořit registrační proces znalostmi, nestrannou facilitací, formálními strukturami nebo zprostředkovatelskými službami (UNCTAD, 2015). Ze strany vlády je důležité především vytvoření regulačního rámce pro ochranu produktů se zeměpisným označením, který zabrání podvodům a bude fungovat ve prospěch výrobců a spotřebitelů. V některých případech může být nezbytné i dohlížení na výkonné aktéry dodavatelského řetězce, aby se vývoj ubíral udržitelným směrem a nedocházelo k jeho podkopávání; podpora kolektivní akce a správy před zavedením GI i po něm; podílení se na vytvoření kodexu praxe a řešení technických, ekonomických a právních problémů (Belletti et al., 2017). Nezbytné je také vytvoření vzdělávacího programu pro místní výrobce, díky kterému získají povědomí o konceptu GI se všemi jeho náležitostmi (Simanjuntak, 2021).

Motivací státu k poskytnutí podpory zeměpisným označením může být pozitivní dopad na veřejné statky, jako jsou zachování přírodních a kulturních zdrojů, územní pověst, indukovaný cestovní ruch nebo ekonomické a sociální přínosy (Vandecandelaere et al., 2018).

Nestabilní politická situace, zkorumpovaná nebo nekompetentní státní správa, tajné dohody mezi vládními institucemi, úředníky a místními vládnoucími elitami, vykořisťování obyvatelstva ze strany vládnoucích elit, nedostatek kvalitních státníků a vzdělaného

obyvatelstva jsou potenciálními překážkami úspěšnosti GI, které mohou bránit rozvoji a udržení organizační kapacity (Bowen, 2010b; Radhika et al., 2021). V případě heteronomie státu může docházet k nepříznivému vlivu zahraničních či nadnárodních korporací např. prosazováním norem, které budou výhodné spíše pro ně samotné než pro místní výrobce. Zájmem korporací není chránit a uchovávat místní tradice, komunitu, životní prostředí a usilovat o rozvoj venkova, motory jejich činnosti jsou především zisk, rozšíření působnosti a moci. Riziko může představovat i sama vláda např. v podobě přivlastnění si ekonomických rent nebo zneužití procesu k posílení její role na trhu, kdy bude mít pod kontrolou celý proces a bude vybírat, kdo bude jeho součástí (Hughes, 2017).

Problém představuje i změna zemědělské a rozvojové politiky v řadě rozvojových zemí, která započala v 80. letech 20. století, kdy mnoho zemí adoptovalo špatný model rozvoje a omezilo státní podporu a investice do zemědělství. Místo toho soustředily své prostředky do nákladných symbolů modernity, především do armády, vojenské techniky, budování leteckých společností atd., a otevřely domácí trh zahraničnímu kapitálu a zboží, na což nebyla řada států připravena (Bowen, 2010b). Tato změna byla v mnohých rozvojových zemích zapříčiněna Programy strukturálního přizpůsobení (SAPs), což je soubor silně protržních ekonomických a politických reforem, který musely země třetího světa pro získání kreditů a pomoci ze strany Brettonwoodských institucí⁹ přijmout.

Dlouhodobé investice a programy na podporu rozvoje venkova a zemědělství, které by mimo jiné měly zahrnovat také strategie adaptace na měnící se tržní a klimatické prostředí¹⁰, jsou v rozvojových zemích důležitou součástí politiky (Belletti et al., 2017). Zeměpisná označení mohou být vhodným nástrojem pro rozvoj venkova. Giovannucci et al. (2009, s. 32) nicméně uvádí, že i když GI mohou být samostatným obchodním nebo politickým nástrojem, jejich účinnost bude pravděpodobně vyšší, pokud budou existovat jako integrální forma rozvoje venkova.

⁹ Brettonwoodské instituce, jako Světová banka (WB) a Mezinárodní měnový fond (IMF), vznikly v roce 1944 na konferenci v Bretton Woods, kde se 44 spojeneckých zemí snažilo ustanovit měnový a finanční systém pro poválečné období, který umožní efektivní obnovu válkou zničených zemí a podpoří mezinárodní obchod a ekonomický růst (Kopřiva, 2016).

¹⁰ Např. v podobě výzkumů, inovací a prognostických studií.

3.7 Ochrana a kontrolní mechanismy

Vzhledem ke značným potenciálním výhodám a příznivým dopadům GI představují právní ochrana a kontrolní mechanismy významnou roli v obchodních vztazích jak na národní, tak i na mezinárodní úrovni. Nedostačující ochrana by mohla představovat riziko nekalých obchodních praktik, např. v podobě neoprávněného používání jinými, mimo proces stojícími obchodníky a společnostmi (Das, 2006). Zneužitím označení třetí stranou jsou poškozeni nejen výrobci, ale i spotřebitelé. První z nich utrpí škodu z důvodu možného poškození pověsti produktu a ztráty obchodu. Druzí jsou oklamáni, jelikož si daný produkt kupují s vírou, že jde o originální výrobek se specifickými vlastnostmi a kvalitou, a přitom se jedná o pouhou imitaci (Simanjuntak a Nursari, 2021; WIPO, 2021).

Ochrana zeměpisných označení je napříč světem relativně nesourodá a těžko uchopitelná, a v různých zemích může nabývat různých podob¹¹. V jednotlivých zemích ale musí být v souladu s dohodami a smlouvami, které byly daným státem schváleny. Nejvýznamnější v této oblasti jsou následující čtyři dohody:

1. Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví (1883),
2. Madridská dohoda o potlačování falešných nebo klamavých údajů o původu zboží (1891),
3. Lisabonský systém, který se skládá z Lisabonské dohody o ochraně označení původu a o jejich mezinárodním zápisu (1958) a Ženevského aktu (2015),¹²
4. Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví TRIPS (1995).

Dohoda TRIPS je spravována Světovou obchodní organizací (WTO). Díky této dohodě se zeměpisná označení stala součástí mezinárodního obchodního práva a byla jim zajištěna alespoň minimální ochrana ve všech 164 členských zemích, kterou členové museli na národní úrovni v souladu s dohodou zavést (Calboli, 2017). I tak ale není ochrana optimální. Na národní úrovni jsou podle Dase (2006) nezbytné výrazné posílení ochrany a vynucování dodržování

¹¹ „V řadě zemí byly zvláštní systémy ochrany GI na národní úrovni zavedeny dlouho před vznikem jakékoliv multilaterální dohody zabývající se zeměpisnými názvy (Das, 2006, s. 464).

¹² Ochrana produktu prostřednictvím této dohody je možná v několika (pouze členských) zemích najednou, a to podáním jediné mezinárodní přihlášky. Tato registrace se provádí v jednom jazyce, s jednorázovými poplatky, v jedné měně, kterou je švýcarský frank. Poplatek za mezinárodní registraci činí 1 000 franků. Od 26. února 2023 mají nejméně rozvinuté země možnost registrovat své produkty a provádět úpravy v mezinárodních zápisech se sníženými poplatky o 50 %. Určitý nedostatek dohody představuje poněkud nízký počet smluvních stran (38). Smluvní strany jsou povinny chránit registrované produkty na jejich území před uzurpací, napodobováním či jakýmkoliv dalšími klamavými praktikami (WIPO).

práv duševního vlastnictví, protože stanovené normy neposkytují dostačující rámec na mezinárodní scéně.¹³ Národní regulační předpisy už jsou ale v kompetenci jednotlivých členských zemí.¹⁴ Nesmí však být v rozporu s ustanoveními signované dohody. Pařížská, Madridská a Lisabonská dohoda obsahují ustanovení o ochraně souvisejících pojmů, jako jsou označení zdroje (IS) nebo označení původu (AO). Jejich dopad na mezinárodní ochranu zeměpisných označení je ale limitován, a to především z důvodu nízkého počtu členů nebo nedostatečné úrovně ochrany.

Sekretariát WTO ve své výroční zprávě z roku 2004 klasifikoval přístupy ochrany, které země používají, do tří následujících kategorií: sui generis systémy¹⁵; zákony o ochranných známkách, zejména certifikačních nebo kolektivních¹⁶; a zákony zaměřující se na obchodní praktiky, jako jsou zákony na ochranu spotřebitele, zákony na potlačování nekalé soutěže či zákony týkající se označování výrobků. Jednotlivé přístupy se liší v podmínkách nebo rozsahu ochrany a v rámci jedné země spolu mohou koexistovat. Obecně ale platí, že sui generis zákony představují silnější formu ochrany než další dvě uvedené. (WTO, 2004; Das, 2006). V rozvojových zemích by měl být institucionální rámec přizpůsobován místním poměrům. Nelze zde aplikovat právní systém totožný s evropským, protože by nerespektoval specifické podmínky a dynamiku prostředí. V opačném případě by to nemuselo prospívat místní komunitě a životnímu prostředí (Giovannucci et al., 2009; Bowen, 2010).

Z důvodu různosti právních systémů na národní úrovni a neexistence univerzálního způsobu ochrany zeměpisných označení, mezinárodního obchodního práva či jednotného mezinárodního registračního systému, které komplikují zajištění ochrany na různých zámořských trzích, musí příslušné orgány ze země původu zajistit ochranu produktu ve všech příslušných zemích, kde si přejí produkt chránit. Ochrana GI na zahraničních trzích může být,

¹³ Ochrana produktu na území původu je důležitá a na základě jednotlivých smluv je také podmínkou. Podle článku 24 odst. 9 dohody TRIPS totiž členům „nevznikne povinnost chránit zeměpisná označení, která nejsou chráněna, nebo jejichž ochrana skončí v zemi jejich původu, nebo která v této zemi upadla v zapomnění“.

¹⁴ Např. v případě Indie tamní vláda rozšířila právní ochranu z článku 23 dohody TRIPS, která se vztahuje výlučně na víno a lihoviny, i na další produkty (Das, 2006).

¹⁵ Neboli zákony svého druhu. Ve 111 zemích jsou GI uznávány jako samostatný druh duševního vlastnictví. GI zde mají vlastní systém ochrany, oddělený od práv vztahujících se na ochranné známky a jiné formy práv duševního vlastnictví. Tento systém existuje v Evropské unii (ve všech 28 členských státech), ale i v jiných zemích, jako jsou např. Indie, Švýcarsko... Terminologie se ale v národních legislativách liší, příkladem názvů mohou být „označení původu“ nebo evropské formy značení „chráněná označení původu“ a „chráněná zeměpisná označení“ (Giovannucci et al., 2009). Systém sui generis vykazuje vyšší potenciál zaručení kvality a lepší identifikaci produktů (Bonanno et al., 2020).

¹⁶ Celkem 56 zemí nemá zvláštní (sui generis) zákony na ochranu GI, ale chrání je jako ochranné známky nebo certifikační či kolektivní známky. Ochranné známky lze registrovat prostřednictvím jednotného mezinárodního registračního systému, který umožňuje zaregistrovat produkt v jakékoli signatářské zemi. Tato registrace je možná na základě Madridského systému podáním jedné přihlášky u WIPO. Platnost zápisu je ale omezena a platí po dobu 10 let, poté je však možné zápis prodloužit.

především pro rozvojové země z důvodu slabého institucionálního rámce, politické nestability a nedostatku finančních prostředků, problematická. Nebude-li GI poskytována náležitá ochrana, může docházet k podvodným praktikám a parazitování. Právní vymáhání a soudní spory představují velké náklady a úsilí, na které rozvojové země nemusí mít kapacity. Z důvodu této potenciálně vysoké nákladovosti je většina zeměpisných označení nejprve zaregistrována k ochraně v zemích, které jsou buď důležitými trhy pro jejich produkty, nebo v zemích, od nichž se očekává, že budou vyrábět podobné zboží s názvy, které by mohly porušovat jejich vlastní práva na zeměpisná označení (Giovannucci et al., 2009; Khondkar, 2014).

Je důležité poznamenat, že ochrana GI neomezuje výrobce, kteří nejsou součástí procesu, daný produkt za stejných technik a postupů, jež jsou stanoveny v kodexu praxe, vyrábět. Pouze jim brání v používání názvu nebo označení, který byl jako GI registrován. Samotné produkty a výrobní postupy mohou být chráněny jinými formami právní ochrany nebo nástroji duševního vlastnictví, jako jsou patenty¹⁷ (WIPO, 2021).

Řešením poněkud komplikovaného systému ochrany by mohlo být rozšíření článku 23 dohody TRIPS, který se vztahuje pouze na vína a lihoviny, i na další druhy zboží¹⁸. V tomto článku je zakázáno používání názvů zeměpisného označení v překladu a další různě skloňované výrazy a obraty, jako jsou „druh“, „typ“, „styl“ a další.¹⁹ Tato dodatečná ochrana by umožnila zemím snížit výdaje na početné registrace, pronájem mezinárodních agentur pro sledování a boj proti porušování práv v zámoří (Sautier et al., 2011; Calboli, 2017). Efektivní by bylo také sjednocení národních právních předpisů nebo vytvoření jednotného mezinárodního registračního systému.

Důležitou roli v oblasti ochrany hrají také vnitrostátní kontrolní mechanismy, které by měly fungovat jako záruka pro spotřebitele a poctivé výrobce. Aby nedocházelo k poškozování reputace nedodržováním stanoveného kodexu praxe, je důležité vytvořit mechanismy v podobě kontroly kvality, které by měly být koordinovány prostřednictvím nezávislého orgánu. To ale může být v rozvojových zemích z důvodu slabého institucionálního rámce a vysoké míry korupce problematické (Das, 2009; Bramley, 2011). Náležitá ochrana je důležitá jako prevence

¹⁷ Patenty zajišťují ochranu vztahující se přímo na daný vynález a zaručují vlastníkovvi výhradní právo na jeho využívání.

¹⁸ Dohoda TRIPS poskytuje pro GI dvě odlišné úrovně ochrany, vyšší pro víno a lihoviny a nižší pro zemědělské nebo řemeslné produkty. Mnoho členských zemí usiluje o rozšíření působnosti článku 23 i na další produkty. Jedná se především o členské státy Evropské unie, Švýcarsko nebo země bývalého východního bloku. Pro tyto země zeměpisná označení představují významný nástroj ochrany kulturního dědictví. Země jako USA, Kanada, Austrálie a další jsou proti návrhu rozšíření. Podle nich je stávající úroveň ochrany dostatečná a její rozšíření by bylo nákladné. Lepší úroveň ochrany by také mohla představovat překážku obchodu (Das, 2006).

¹⁹ V Lisabonském systému je tato rozšířená ochrana zahrnuta, problém ale představuje nízký počet členů.

registrace označení jako ochranné známky třetí stranou a k redukci rizika, že se označení stane obecným pojmem (WIPO, 2021; Shafi, 2022). Kromě kontrolování souladu stanovených pravidel s následnou praxí by kontrolní orgány mohly také dohlížet na dodržování principů spravedlivého obchodu a vydávat povolení pouze těm průmyslovým subjektům, které tato kritéria splňují (Marsoof a Tan, 2021).

3.8 Marketingové strategie a spotřebitelé

Tržní životaschopnost a získání přidané hodnoty produktu velmi závisí na uznání spotřebitelů a jejich ochotě zboží nakupovat i za vyšší cenu (Medeiros a Passador, 2022). Podle Shafiho (2021) nestačí pouhé zavedení produktu se zeměpisným označením, je potřeba vyvinout značné úsilí ke zvýšení povědomí spotřebitelů o existenci značeného produktu a jeho kvalitách spojených s původem. V mnoha případech je potřeba seznámit spotřebitele i s certifikací samotnou, neboť se ukazuje, že povědomí o existenci konceptu GI je poměrně nízké. Je totiž důležité poznamenat, že na rozdíl od evropských forem značení²⁰ GI nemá jednotné logo, podle něhož by se spotřebitelé mohli orientovat. Zeměpisná označení, jak jsou definována v dohodě TRIPS, mohou mít podobu slova, fráze, symbolu nebo obrázku, navíc v každé jurisdikci může GI nabývat různých forem a odlišných názvů. Nelze tedy spoléhat na to, že spotřebitelé o jeho existenci vědí. Je proto důležité vyvinout značné úsilí, zvolit správné marketingové a komunikační strategie, které napomůžou proti selhání, budou podtrhávat unikátnost zboží a odlišovat jej od ostatních na trhu. Příkladem může být vytvoření informační kampaně se zajímavou chytlavou grafikou, symbolickými odkazy a obrázky, které zdůrazňují vazbu mezi prostředím a produktem (Bramley, 2011; Simanjuntak, 2021). Propagace zeměpisného označení je nikdy nekončící proces, je tedy potřeba ji uplatňovat po celou dobu existence. Podle Giovannucciho et al. (2009) může ale registrace jednoho produktu jako GI usnadnit propagaci dalších produktů v regionu.

²⁰ Kterými jsou „chráněné zeměpisné označení“ (Protected Geographical Indication – PGI) a „chráněné označení původu“ (Protected Designation of Origin – PDO).



Obrázek 3: Logo evropských forem zeměpisného označení

Zdroj: Discovered European Treasures, 2020

Zeměpisná označení mají potenciál znovu propojit výrobu se sociálními, kulturními a environmentálními aspekty konkrétních míst a odlišit je od všudypřítomné anonymní masové produkce stále homogennějších potravin, pro které jsou typické nižší ceny a vysoká úroveň dostupnosti a spotřeby. Současný globální agropotravinářský systém znevýhodňuje domorodé výrobce, pracovní sílu, zemědělské komunity a socioekonomický rozvoj méně rozvinutých regionů, podkopává ochranu životního prostředí a zachování přírodních zdrojů (Bonanno et al., 2020). Opozicí vůči tomuto systému jsou různé iniciativy, jako jsou organická výroba, farmářské trhy, slow food, a často k nim bývají přiřazována i zeměpisná označení (Sekine, 2019). Zeměpisná označení poukazují na kvalitu a originalitu produktů, místní identitu, kulturní tradice, a poskytují tak veřejnosti diferencované produkty s vysokou přidanou hodnotou (Dogan a Gokovali, 2012). Spotřebitelé mohou nabídnout bližší informace o produktu (zeměpisný původ, výrobní metody, specifické vlastnosti), které mohou napomoci ke snížení asymetrie informací u produktů, jimž spotřebitelé obvykle čelí (Calboli, 2020). Na základě těchto faktorů může GI představovat prostředek k získání konkurenční výhody, vyšší tržní hodnoty a zvýšení exportních příležitostí (ITC, 2013). Podle Vandecandelaere et al. (2018) jedním z dalších faktorů ovlivňujících cenu produktu může být zaměření se na strategii řízení objemu dodávek, díky níž se zabrání poklesu ceny z důvodu velkého nárůstu objemů převyšujících poptávku. Cenu také zvyšuje, pokud je daného zboží omezené množství, kdy v očích spotřebitelů nabývá určité exkluzivity.

Informační asymetrie na trhu je všudypřítomnou překážkou pro mezinárodní propagaci zboží a služeb, zejména v chudých zemích. Problematika spočívá v nerovnováze poskytnutých informací, kdy ekonomické subjekty stojící na jedné straně trhu mají více informací o výrobku než subjekty na straně druhé. Někteří výrobci ji mohou využívat ve svůj prospěch a bez informovanosti spotřebitelů snižovat kvalitu produktu, což může být na úkor těch, kdo vyrábí a dodává zboží se stále stejnou kvalitou. Zeměpisná označení mají potenciál sloužit jako nástroj ke snižování informační asymetrie, poskytnout spotřebitelům záruku, že kupují autentické, kvalitní zboží, a svou povahou tak napomoci výrobcům odlišit jejich zboží od ostatních na trhu (Bowen a Zapata, 2009).

V posledních letech se lidé ve větší míře začínají zajímat o to, co kupují. Chtějí na svůj stůl kvalitní, organické potraviny, které jsou bez industriální úpravy a zbytečných přidaných, zdraví škodlivých látek. Zajímají se o bližší informace o produktu, jako jsou kvalita, obsah ingrediencí, bezpečnost, zda je produkt environmentálně šetrný nebo zdali jsou dodržována lidská a pracovní práva, včetně dětské práce. Významnou roli hraje také zeměpisný původ, v jehož rámci upřednostňují místní před importovaným (Radhika et al., 2021). Použití názvu zeměpisné oblasti u produktu navíc evokuje u spotřebitelů přesvědčení, že zboží nabývá určitých kvalit. Tento trend se v posledních letech zvyšuje, lidé se více ohlíží na původ potravin a nakupují od místních výrobců a farmářů, které chtějí podpořit. Spotřebitelé se také ve velké míře zaměřují a spoléhají na etikety produktů i různé formy značení, jako jsou značky „Eko“, „Bio“, „Rainforest Alliance“, „Fairtrade“, „non-GMO“ a další. Nadměrné užívání značení potravin může být ale nebezpečné a vést k únavě spotřebitelů ze štítkování. Je také důležité poznamenat, že produkt se zeměpisným označením automaticky neznamená, že je ekologicky šetrný (Hughes, 2017).

Jak uvádějí Medeiros a Passador (2022), zájem spotřebitelů závisí na příjmu a kulturní blízkosti. Je otázka, zda lidé v dnešní době, kdy ceny potravin, spotřebního zboží, pohonných hmot, elektřiny a bydlení prudce stoupají, budou mít o produkty se zeměpisným označením, které se vyznačují vyššími cenami, zájem. Pro úspěšnost GI je proto důležité identifikovat relevantní trh, který rozpozná kvality produktu a bude ochoten za ně zaplatit (Sautier et al., 2011).

Spotřebitelé mohou produkt se zeměpisným označením zakoupit z následujících důvodů:

1. Touha po autentickém, exotickém, neindustriálním zboží, jež navíc vyjadřuje tradiční kulturní projevy (Hughes, 2017).

2. Kulturní nebo sociální blízkost a přání podporovat malé lokální výrobce v zachování jejich činnosti (Radhika et al., 2021).
3. Touha podporovat země a komunity, kde jsou respektována lidská práva a práva pracovníků.
4. Geografická blízkost, kdy spotřebitelé zakoupí produkt z důvodu snahy snížit negativní dopady dopravy na životní prostředí a lidské zdraví – lidé tak mohou dát přednost produktu pocházejícímu z blízké vzdálenosti před zaoceánským (Hughes, 2017). Dobře vystihující je v tomto případě úsloví „Mysli globálně, jednej lokálně“. Lidé se snaží snížit svoji uhlíkovou stopu a nakupovat více místně vyrobených produktů, např. na farmářských trzích.
5. Pro někoho naopak může být rozhodující fakt, že je výrobek lokálně identifikovatelný a jsou o něm poskytnuty bližší informace, což má pro ně větší hodnotu než anonymní nediferencované produkty, i když je spojen se vzdáleným místem (Giovannucci et al., 2009).
6. V některých případech je výběr spotřebitelů založen na vnímání dané lokality, kdy si spojí produkt s určitou kvalitou, charakteristickou pro tuto oblast, znalostmi o místě, jeho přírodními zdroji, nebo si vybaví jiné známé, odtamtud pocházející produkty a chtějí daný výrobek vyzkoušet (Zhang et al., 2023).

3.9 Náklady spojené s procesem GI

Všechny výše uvedené elementy vztahující se k aplikaci GI vyžadují finanční výlohy a jsou časově náročné. Kromě nákladů souvisejících s registrací GI, jako jsou náklady na organizační a institucionální struktury, vytvoření specifikace produktu nebo výzkum, vznikají také průběžné provozní náklady, např. náklady na právní vymáhání a případné soudní výlohy, náklady na kontrolu kvality, marketing a propagaci produktu nebo administrativní a byrokratické náklady (Giovannucci et al., 2009; Quiñones-Ruiz et al., 2016). Z hlediska jednotlivců mohou vznikat náklady z důvodu modernizace výrobního procesu a požadovaného přizpůsobení se pravidlům a výrobním metodám stanoveným v kodexu praxe, což může být pro některé výrobce problematické a diskriminační.

Měření skutečných nákladů je komplikované a v této oblasti chybí dostatečné množství empirických studií, zejména v rozvojových zemích, které by dokazovaly skutečné přínosy a náklady (Giovannucci et al., 2009). Generalizace výsledků je zde navíc z důvodu odlišnosti

institucionálních rámců a charakteru jednotlivých prvků obtížná. Dopady GI se s největší pravděpodobností budou v jednotlivých místech, sektorech a produktech lišit (Bramley, 2011).

Hughes (2010) navrhuje dvě metody, které mohou být vhodnými nástroji empirického zhodnocení implementace GI. První možností je diachronické hodnocení, kdy se srovnává týž produkt před zavedením ochrany a po něm, tou druhou synchronické hodnocení, které porovnává dva podobné produkty, z nichž jeden je chráněn a prodáván jako GI, a druhý nikoliv. Do hodnocení je ovšem potřeba také zahrnout okolní faktory, které ovlivňují výsledek GI, jako jsou politické prostředí, organizační struktury, infrastruktura nebo reklama.

Úspěch GI je obvykle prokazatelný až s větším časovým odstupem, vyžaduje trpělivost a trvalé nasazení. Je důležité zvážit, zda má daný produkt potenciál konkurovat na zahraničních trzích a zda o daný produkt bude ze strany kupujících zájem. Pokud by byl produkt neúspěšný, mohlo by docházet ke zbytečnému plýtvání již tak omezenými zdroji. Přesná výše nákladů není známá a liší se případ od případu, „řada neúspěšnějších GI ale uvádí, že každý rok utratily stovky tisíc dolarů na svou ochranu, jako jsou monitorování, prosazování a řešení konfliktů na všech relevantních trzích“ (Giovannucci et al., 2009, s. 95).

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo shledat a zanalyzovat příležitosti a limity geografického označení (GI) potravin v rozvojových zemích a zhodnotit, zda je tento koncept relevantním nástrojem pro jejich rozvoj. Cíle byly naplněny, ovšem odpovědi na stanovené výzkumné otázky nelze z důvodu odlišných okolností jednotlivých registrací generalizovat. Výsledky se totiž liší nejen na úrovni zemí a regionů, ale také na úrovni jednotlivých produktů.

Zeměpisná označení potravin mají potenciál sloužit jako efektivní nástroj rozvoje v rozvojových zemích. Svou povahou vytváří produkt s přidanou hodnotou, který je účinným prostředkem diferenciací, čímž nabývá konkurenční výhody na trhu. GI jsou průsečíkem kultury, obchodu a geografie. Rozvojovým regionům mohou poskytnout ekonomické (cenové prémie, lepší přístup na trh, vyšší příjmy, vytváření pracovních příležitostí, indukovaný cestovní ruch, zvyšování zahraničních investic); sociokulturní (zachování tradičních produktů a know-how, posílení regionální identity a vztahů, zmírnění chudoby, prevence migrace) a environmentální přínosy (ochrana a zachování biologické rozmanitosti, udržitelné využívání přírodních zdrojů). Propagace produktů s přidanou hodnotou, která vychází z daného regionu a jeho přírodních i lidských faktorů, může navíc zlepšit pověst regionu a vytvořit regionální značku, což může mít pozitivní dopad na obchod, zvýšení investic a cestovní ruch, ke kterému se vážou další služby a pracovní místa.

Při prozkoumávání jednotlivých odborných zdrojů a případových studií bylo ale zjištěno, že aplikace zeměpisného označení v rozvojových zemích automaticky nezaručuje jeho úspěšnost. Velmi záleží na vnějších okolnostech implementace a vlastnostech produktu.

Produkt s označením by měl nabývat specifické kvality, pověsti nebo jiných charakteristických znaků, jež jsou dány konkrétní geografickou polohou. Autentičnost a unikátnost produktu jsou důležitými znaky GI a jsou kritické pro uznání jeho hodnoty ze strany spotřebitelů. Vazba na místo původu by navíc měla být prokázána na základě výzkumu.

Vnějšími okolnostmi implementace jsou myšleny konkrétní podmínky a charakter jednotlivých faktorů nezbytných k aplikaci GI, vztahující se k danému regionu a produktu, jako jsou politická situace, role státu v procesu, síla kolektivní akce, vypracování kodexu praxe, ochrana a kontrolní mechanismy, velikost a heterogenita dodavatelského řetězce a distribuce prostředků nebo zvolení marketingových strategií. Klíčovou roli představuje také propagace produktu, kterou je potřeba vykonávat po celou dobu existence daného GI.

Implementace GI je zpravidla náročná nejen z finančního, ale také z časového hlediska. Důležitou roli zde proto hraje míra zapojení státu a implementačních agentur, neboť většina

výrobců v rozvojových zemích působí na malé úrovni s omezenými zdroji a náklady spojené s registrací, ochranou a případnými soudními řízeními si nemohou dovolit. V případě nízkého zapojení institucí se zeměpisné označení v rozvojových zemích nevyplatí, protože náklady spojené s procesem jednoznačně převýší přínosy z ní plynoucí. Účast státu je v těchto zemích nepostradatelná nejen z důvodu finanční podpory, ale také potřeby vytvoření regulačního rámce pro ochranu produktů na domácích i zahraničních trzích, který zabráni podvodům a bude fungovat ve prospěch výrobců a spotřebitelů. Vytvoření ochranných mechanismů je důležité také z důvodu možného zneužití procesu ze strany zprostředkovatelů obchodu a korporací. Náležitá ochrana navíc může napomoci ke spravedlivému rozdělení prostředků i mezi zemědělce, které je velmi důležité pro dlouhodobou udržitelnost a zachování kvality produktu. Na způsob rozdělování prostředků má vliv také velikost dodavatelského řetězce, kdy obecně platí, že kratší výrobní řetězec umožňuje aktivní zapojení účastníků, jejich lepší interakci, efektivnější prodiskutování otázek a dosažení konsenzu.

Úspěšnost GI potravin z rozvojových zemí výrazně limitují různorodost vnitrostátních právních systémů a neexistence jednotného mezinárodního registračního systému, které komplikují zajištění ochrany na zahraničních trzích a představují pro tyto země vysoké náklady. Dohoda TRIPS pro označení potravin poskytuje pouze minimální úroveň ochrany a nezahrnuje zákaz používání názvů v překladu nebo další doplňková slova, například „druh“, „typ“, „styl“ a další podobné obraty, což navádí ke zneužívání názvu registrovaného produktu. Účinným východiskem by mohlo být rozšíření článku 23 dohody TRIPS nebo sjednocení národních právních předpisů či zavedení jednotného mezinárodního registračního systému.

Další důležitou složkou úspěšnosti GI je míra participace místních zemědělců a spolupráce na horizontální i vertikální úrovni mezi všemi zúčastněnými stranami, které jsou nezbytné před registrací, ale i v průběhu aplikace GI. Nadměrný vliv ze strany obchodníků nebo vlády může vést k přílišné orientaci na dosažení zisku nebo posílení moci v regionu, což může znehodnotit a limitovat přínosy GI. Důležité je i respektování lidských a pracovních práv zemědělců, k jehož naplnění může pomoci přijetí principů spravedlivého obchodu (Fairtrade) nebo Společenské odpovědnosti firem (CSR). V případě potlačování těchto práv hrozí pracovní vykořisťování místních zemědělců a přetrvávající stav chudoby.

Pro příznivý průběh GI je také podstatné náležité vypracování kodexu praxe, v jehož rámci se sjednotí výrobní postupy a zaznamenají se veškeré patřičnosti, které zajistí dlouhodobou udržitelnost procesu, např. v podobě regulace využívání přírodních zdrojů. Kodex praxe by měl vycházet z tradičních postupů. Nadměrná modernizace a mechanizace mohou mít negativní vliv na vnitřní kvalitu produktu, životní prostředí a může omezit vznik pracovních

příležitostí, neboť lidská práce bude nahrazena stroji. K dodržování specifikace produktů je důležité vytvoření nezávislých kontrolních orgánů, které budou dohlížet na dodržování kvality a stanovených postupů a budou fungovat jako záruka pro spotřebitele a poctivé výrobce.

Zeměpisná označení mohou za určitých okolností zlepšit podmínky v rozvojových zemích a poskytnout ekonomické, sociokulturní a environmentální přínosy, jak je uvedeno v kapitole o příležitostech GI. Důležité je zde ale slovo „mohou“, protože opravdu velmi záleží na okolnostech registrovaného produktu. Je důležité zvážit všechny potenciální přínosy i limity registrace a posoudit, zda má tento koncept v dané zemi nebo regionu smysl. V případě neuvážené aplikace může docházet ke zbytečnému plýtvání zdroji, jichž je už tak v rozvojových zemích omezené množství. GI může být samostatným obchodním nebo politickým nástrojem, jeho účinnost bude ale vyšší, pokud bude součástí rozvojových programů.

Seznam použité literatury

Knihy

BONANNO, Alessandro, Kae SEKINE a Hart FEUER, ed., 2020. *Geographical indication and global agri-food: development and democratization*. London: Routledge/Taylor & Francis Group. Earthscan Food and Agriculture Ser. ISBN 978-1-138-60047-8.

BROPHY, Shannon C., 2015. *Ecotourism: Practices, Benefits and Environmental Impacts* [online]. New York: Nova Science Publishers, Inc. Tourism and Hospitality Development and Management [vid. 2023-02-26]. ISBN 978-1-63482-027-1. Dostupné z: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=nlebk&AN=993204&authtype=shib&lang=cs&site=eds-live&scope=site&authtype=shib&custid=s7108593>

CALBOLI, Irene, 2017. Geographical Indications between Trade, Development, Culture, and Marketing: Framing a Fair(er) System of Protection in the Global Economy? In: *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture Read: Focus on Asia-Pacific* [online]. New York, USA: Cambridge University Press, s. 3–35. ISBN 978-1-107-16633-2. Dostupné z: doi: 10.1017/9781316711002.002

GIOVANNUCCI, Daniele, Tim JOSLING, William KERR, Bernard O'CONNOR a May YEUNG, 2009. *Guide to Geographical Indications – Linking Products and Their Origins*. Ženeva, Švýcarsko: International Trade Center. ISBN 92-9137-365-6.

HUGHES, Justin, 2017. The Limited Promise of Geographical Indications for Farmers in Developing Countries. In: Irene CALBOLI a Wee Loon NG-LOY, ed. *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and Culture: Focus on Asia-Pacific* [online]. Cambridge: Cambridge University Press, s. 61–86 [vid. 2023-01-23]. ISBN 978-1-107-16633-2. Dostupné z: doi:10.1017/9781316711002.004

SACHS, Jeffrey, 2005. *The end of poverty: economic possibilities for our time*. New York: Penguin Press. ISBN 978-1-59420-045-8.

SAUTIER, D., E. BIÉNABE a C. CERDAN, 2011. Geographical indications in developing countries. In: E. BARHAM a B. SYLVANDER, ed. *Labels of origin for food: local development, global recognition* [online]. 1. vyd. UK: CAB International, s. 138–153 [vid. 2023-01-06]. ISBN 978-1-84593-352-4. Dostupné z: doi:10.1079/9781845933524.0138

SEKINE, Kae, 2019. The impact of geographical indications on the power relations between producers and agri-food corporations: A case of powdered green tea matcha in Japan. In: *Geographical Indication and Global Agri-Food*. B.m.: Routledge. ISBN 978-0-429-47090-5.

VANDECANDELAERE, Emilie, Catherine TEYSSIER, Dominique BARJOLLE, Philippe JEANNEAUX, Stéphane FOURNIER a Olivier BEUCHERIE, 2018. *Strengthening*

sustainable food systems through geographical indications An analysis of economic impacts. ISBN 978-92-5-130389-4.

WIPO, ed., 2021. *Geographical Indications: An Introduction* [online]. 2nd edition. Geneva, Switzerland: World Intellectual Property Organization (WIPO). ISBN 978-92-805-3283-8. Dostupné z: doi:10.34667/tind.44179

Elektronické zdroje

BELLETTI, Giovanni, Andrea MARESCOTTI a Jean-Marc TOUZARD, 2017. Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies. *World Development* [online]. **98**, 45–57. ISSN 0305750X. Dostupné z: doi:10.1016/j.worlddev.2015.05.004

BOWEN, Sarah, 2010. Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy: Embedding Local Places in Global Spaces. *Rural Sociology* [online]. **75**(2), 209–243. ISSN 00360112. Dostupné z: doi:10.1111/j.1549-0831.2009.00007.x

BOWEN, Sarah, 2010b. Development from Within? The Potential for Geographical Indications in the Global South. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **13**(2), 231–252. ISSN 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/j.1747-1796.2009.00361.x

BOWEN, Sarah a Ana Valenzuela ZAPATA, 2009. Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies* [online]. **25**(1), 108–119. ISSN 0743-0167. Dostupné z: doi:10.1016/j.jrurstud.2008.07.003

BRAMLEY, Cerkia, 2011. A review of the socio-economic impact of geographical indications: considerations for the developing world. In: *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* [online]. Lima, Peru. Dostupné z: https://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=171863

CALBOLI, Irene, 2020. Geographical Indications of Origin, Economic Development, and Cultural Heritage: Good Match or Mismatch? [online]. 11. Dostupné z: <https://scholarship.law.tamu.edu/facscholar/1511>

COOMBE, Rosemary J, Sarah IVES a Daniel HUIZENGA, 2014. Geographical Indications: The Promise, Perils and Politics of Protecting Place-Based Products. *The Sage Handbook of Intellectual Property*.

DAS, Kasturi, 2006. International Protection of India's Geographical Indications with Special Reference to „Darjeeling" Tea. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **9**(5), 459–495. ISSN 1422-2213, 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/j.1422-2213.2006.00300.x

DAS, Kasturi, 2009. Socioeconomic Implications of Protecting Geographical Indications in India. *SSRN Electronic Journal* [online]. [vid. 2023-01-06]. ISSN 1556-5068. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.1587352

DAVIES, Peter, 2018. Geographical indications, authenticity and protection of traditional cultural expressions (en) [online]. [vid. 2023-02-19]. Dostupné z: https://www.academia.edu/29185778/Geographical_indications_authenticity_and_protection_of_traditional_cultural_expressions_en

DISCOVERED EUROPEAN TREASURES, 2020. PDO / PGI. *Discover European Treasures PDO-PGI* [online] [vid. 2023-02-10]. Dostupné z: <https://www.europeantreasures.eu/index.php/en/pdo-pgi-2>

DOGAN, Bilge a Ummuhan GOKOVALI, 2012. Geographical Indications: The Aspects of Rural Development and Marketing Through the Traditional Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* [online]. **62**, World Conference on Business, Economics and Management (BEM-2012), May 4–6 2012, Antalya, Turkey, 761–765. ISSN 1877-0428. Dostupné z: doi:10.1016/j.sbspro.2012.09.128

EL BENNI, Nadja a Sophie REVIRON, 2009. Geographical Indications: review of seven case-studies world wide.

Fairtrade International, 2023. *Fairtrade International* [online] [vid. 2023-02-17]. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/>

HUGHES, Justin, 2010. Coffee and Chocolate – Can We Help Developing Country Farmers Through Geographical Indications? *SSRN Electronic Journal* [online]. [vid. 2023-01-06]. ISSN 1556-5068. Dostupné z: doi:10.2139/ssrn.1684370

CHOENKWAN, Sukanlaya, Arunee PROMKHAMBUT, Fukui HAYAO a A. Terry RAMBO, 2016. Does Agrotourism Benefit Mountain Farmers? A Case Study in Phu Ruea District, Northeast Thailand. *Mountain Research and Development*. **36**(2), 162–172. ISSN 0276-4741.

ITC, 2013. *Statement at the launch of the World Intellectual Property Report 2013 | ITC* [online] [vid. 2023-02-09]. Dostupné z: <https://intracen.org/news-and-events/news/statement-at-the-launch-of-the-world-intellectual-property-report-2013>

JENA, Pradyot R. a Ulrike GROTE, 2010. Changing Institutions to Protect Regional Heritage: A Case for Geographical Indications in the Indian Agrifood Sector. *Development Policy Review* [online]. **28**(2), 217–236. ISSN 1467-7679. Dostupné z: doi:10.1111/j.1467-7679.2010.00482.x

KHONDKAR, Mubina, 2014. Geographical Indication (GI): A Way to Promote Our Brands in the Global Market. **31**(2), 13.

KOLAWOLE, Oluwatoyin Dare, Wame Lucretia HAMBIRA a Reniko GONDO, 2023. Agrotourism as peripheral and ultraperipheral community livelihoods diversification strategy: Insights from the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Arid Environments* [online]. **212**. ISSN 0140-1963. Dostupné z: doi:10.1016/j.jaridenv.2023.104960

KOPŘIVA, Jakub, 2016. *Reforma brettonwoodských institucí* [online]. B.m.: Asociace pro mezinárodní otázky (AMO). Dostupné z: https://www.studentsummit.cz/wp-content/uploads/2019/02/ECOFIN_brettonwood_final.pdf

MARIE-VIVIEN, Delphine, Aurélie CARIMENTRAND, Stéphane FOURNIER, Claire CERDAN a Denis SAUTIER, 2019. Controversies around geographical indications: Are democracy and representativeness the solution? *British Food Journal* [online]. **121**(12), 2995–3010. ISSN 0007-070X. Dostupné z: doi:10.1108/BFJ-04-2019-0242

MARSOOF, Althaf a Li Ting TAN, 2021. A CSR/fair trade inspired policy for fairer geographical indications. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **24**(3–4), 253–273. ISSN 1422-2213, 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/jwip.12186

MEDEIROS, Mirna de L. a João L. PASSADOR, 2022. Examining the development attributed to geographical indications. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **25**(1), 86–105. ISSN 1422-2213, 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/jwip.12208

QUIÑONES-RUIZ, Xiomara F., Marianne PENKER, Giovanni BELLETTI, Andrea MARESCOTTI, Silvia SCARAMUZZI, Elisa BARZINI, Magdalena PIRCHER, Friedrich LEITGEB a Luis F. SAMPER-GARTNER, 2016. Insights into the black box of collective efforts for the registration of Geographical Indications. *Land Use Policy* [online]. **57**, 103–116. ISSN 02648377. Dostupné z: doi:10.1016/j.landusepol.2016.05.021

RADHIKA, Aalthady Maloor, K. Jesy THOMAS a Rajesh K. RAJU, 2021. Geographical indications as a strategy for market enhancement-lessons from rice GIs in Kerala. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **24**(3–4), 221–236. ISSN 1422-2213, 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/jwip.12189

SASONGKO, Wahyu, 2012. Indikasi geografis: rezim hki yang bersifat sui generis. *Jurnal Media Hukum* [online]. **19**(1) [vid. 2023-01-06]. ISSN 2503-1023. Dostupné z: doi:10.18196/jmh.v19i1.1980

SELOD, Harris a Forhad SHILPI, 2021. Rural-urban migration in developing countries: Lessons from the literature. *Regional Science and Urban Economics* [online]. **91**, 103713. ISSN 01660462. Dostupné z: doi:10.1016/j.regsciurbeco.2021.103713

SHAFI, Mohsin, 2022. Geographical indications and sustainable development of handicraft communities in developing countries. *The Journal of World Intellectual Property* [online]. **25**(1), 122–142. ISSN 1747-1796. Dostupné z: doi:10.1111/jwip.12211

SIMANJUNTAK, Yoan Nursari, 2021. The Review of Communal Rights on Geographical Indications: Communal Standpoint as Constraints to Legal Protection. *Environmental Policy and Law* [online]. **51**(5), 297–308. ISSN 0378777X, 18785395. Dostupné z: doi:10.3233/EPL-210001

UNCTAD, 2015. *Why Geographical Indications for Least Developed Countries?* [online]. Dostupné z: https://unctad.org/system/files/official-document/aldc2015d4_en.pdf

WIPO, 2002. Standing committee on the law of trademarks, industrial designs and geographical indications [online]. [cit. 2023-02-15]. Eighth session. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/en/sct_8/sct_8_4.pdf

WIPO. Lisbon – The International System of Appellations of Origin and Geographical Indications. WIPO: World Intellectual Property Organization [online]. [cit. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://www.wipo.int/lisbon/en/>

WTO, 2004. World Trade Report 2004: Exploring the linkage between the domestic policy environment and international trade. Dostupné z: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report04_e.pdf

ZHANG, Gangren, Cheng Lu WANG, Jiaojiao LIU a Liying ZHOU, 2023. Why do consumers prefer a hometown geographical indication brand? Exploring the role of consumer identification with the brand and psychological ownership. *International Journal of Consumer Studies* [online]. 47(1), 74–85. ISSN 1470-6431. Dostupné z: doi:10.1111/ijcs.12806

Mezinárodní dohody

Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví [online]. [vid. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://www.cpubfilm.cz/txt/trips.pdf>

Lisabonská dohoda na ochranu označení původu a o jejich mezinárodním zápisu [online] [vid. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://osn.cz/wp-content/uploads/2022/04/Lisabonska-dohoda.pdf>

Madridská dohoda o potlačování falešných nebo klamavých údajů o původu zboží [online]. [vid. 2023-02-15]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1963-64>