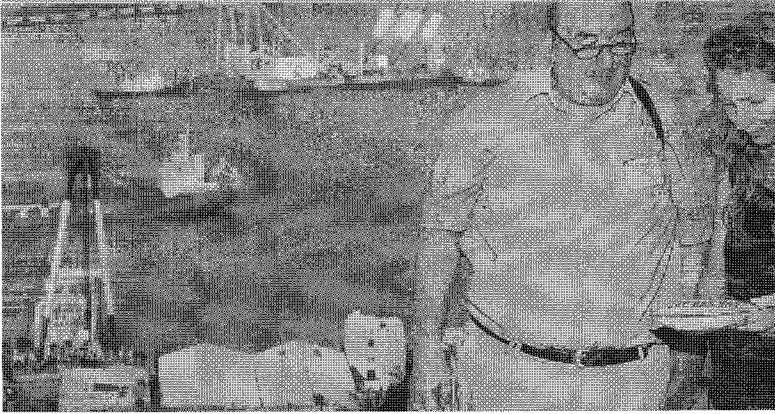


WTO 회원국들의 자발적인 약속 -The GATT/TRIPS Agreement의 이해-



130개 WTO회원국들은 실제 원산지가 아닌 지역을 원산지
로 표시하거나 암시하는 상품의 명칭을 사용하거나 또는 상
품을 표시하는 수단으로 사용하는 행위를 금지할수 있는 법
적 수단에 합의하고 있다. 그 내용이 무엇인지 알아보았다.<
편집자주>

가 . The GATT/TRIPS Agreement

1993년 12월 15일 지적재산법을 개정하기 위한 우루과이 라운드 다자간 무역협상에서 130개 WTO 회원국은 무역과 관련 지적재산권에 관한 협정의 개정에 합의. 이 협정은 부속서 1C에서 저작권, 상표, 지리적 표시, 의장 및 특허 등에 관해서 규정.

“이 협정상 지리적 표시는 주어진 품질이나 명성 또는 상품의 다른 특성이 본질적으로 지리적 근원에서

비롯되는 경우 당사국의 영토나 지역 또는 한 국가의 지방이 원산지임을 나타내는 것을 말한다”고 정의.

여기서 지리적 상표 (geographical trademarks)와 지리적 표시 (geographical indications)에 관한 구분을 묵시적으로 하고 있는데 상표는 상품에 대한 하나의 특징을 나타내지만 지리적 표시는 같은 지역에서 유래된 상품에 대한 여러 특징을 나타낼 수 있다.

즉, 지리적 표시는 하나의 생산자

가 생산하는 상품과는 구별되어 상품과 사람과 지역을 아울러 포함하고 있음. 이런 의미에서, 지리적 표시에 관한 규정은 하나의 특정 생산자가 아닌 전체 지역산업을 보호하는 제도이다.

나. 법적 구제

협정 회원국은 이해당사자가 지리적 표시의 위반에 대한 구제를 신청할 수 있는 법적 장치를 마련하여야 함. 회원국은 오인을 유발할 수 있는 지리적 표시에 대하여 등록을 거부하거나 취소하여야 한다.

다. 지리적 표시에 관한 일반조항

포도주와 주류가 아닌 경우 지리적 표시의 사용에 관하여는 사람을 오인시킬 수 있는 지리적 표시의 사용만 금지하고 있음. TRIPS 제22조는 “지리적 표시와 관련하여 회원국은 이해당사자가 당해 상품의 지리적 근원에 대해 사람들의 오인을 유발하는 방법으로 실제 원산지가 아닌 지역을 원산지로 표시하거나 암시하는 상품의 명칭을 사용하거나 또는 상품을 표시하는 수단으로 사용하는 행위를 금지할 수 있는 법적 수단을 제공하여야 한다.”라고 규정하여 포도주와 주류에 관한 조항과 달리 규정되어 있다.

지리적 표시에 관한 일반조항인 TRIPS 제22조는 “오인을 유발하는 (misleading)”이라는 뜻이 너무 넓

게 해석될 경우 지리적 표시는 원산지 아닌 상품의 상표에는 거의 사용할 수 없게 되는데, 소위 "오기(misdescriptive)"된 상표까지 사용될 수 없다.

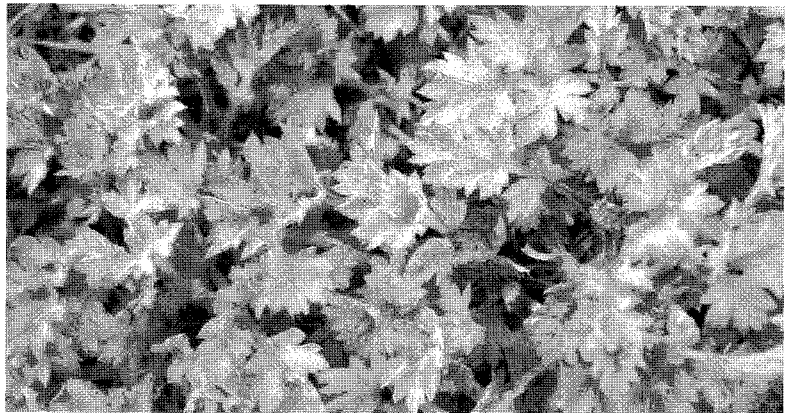
"misleading"을 엄격히 해석할 경우 지리적 표시는 그 지역이 원산지가 아닌 경우 사용할 수 없음. 제22조를 엄격하게 해석할 경우 포도주와 주류에 관한 제23조와 일반상품에 관한 제22조는 같은 결론에 도달하게 됨. 즉, 상품이 그 지역의 원산지가 아닌 경우 어떤 형태의 지리적 표시를 할 수 없게 되는 것이다.

이러한 해석에 대해서는 여러 비판이 가해지는데 상품에 관한 지리적 표시가 사람들이 상품을 구입하는데 어떠한 영향도 미치지 않는 경우까지 지리적 표시를 제한하는 것은 제22조와 제23조의 해석상 타당하지 않다.

라. 포도주와 주류에 대한 특별규정

TRIPS 협정 제23조의 포도주와 주류의 지리적 표시에 관한 기준과 제22조에 그 밖의 상품에 관한 기준이 서로 다른데 포도주와 주류에 대하여는 엄격한 지리적 표시를 요구

이 조항은 유럽 특히 프랑스의 강력한 외교적 노력에 의해서 삽입되었는데 지리적 표시가 소비자를 오도 또는 혼동할 수 있는지의 여부에 관계없이 상품과 지리적 표시의 일



치를 요구

프랑스는 샴페인(Champagne), 샤블리(Chablis)와 같은 용어의 보호를 위해 100년 이상을 노력해 오고 있었고 미국도 CALVADOS와 같은 상품명을 보호하기 위해 제23조의 발효에 기여 결국 TRIPS 협정에 의하여 하나의 포도주와 주류만이 지리적 표시를 나타내는 상표로 등록될 수 있도록 되었다.

그리고 지리적 표시와 함께 오인 또는 혼동할 수 있는 용어도 사용할 수 없도록 되었다.

그렇지만, 샤블리나 샴페인에 대한 지리적 표시를 하려던 프랑스의 노력은 유럽에서만 성공을 거두었고 다른 지역에서는 일반적 지리표시로 계속 사용할 수 있게 되었다.

마. 지리적 표시의 예외

샴페인의 경우 프랑스의 Rheims 지방의 포도주라기보다는 탄산가스를 사용해서 만든 발포성 백포도주로 쓰이고 있어 지리적 표시 대상에서 제외 샤블리(CHABLIS)도

특정 지역의 포도주를 말하기보다는 다양한 종류의 포도주를 나타내는 말로 사용하는 경우 지리적 표시의 대상에서 제외

이와 관련하여 TRIPS 협정 제24조(6)에 "이 절의 어느 규정도 회원국이 자국 영토 내에서 이러한 상품 및 서비스에 대한 일반명칭으로서 통용어에서 관습적으로 사용되는 용어와 관련 표시가 동일한 상품과 서비스에 관한 다른 회원국의 지리적 표시에 대해 이 절의 규정을 적용할 것을 요구하지 아니한다."고 규정하여 일반적 지리적 표시에 대한 예외를 인정하고 있다.

그러나 다른 나라에서는 일반적 지리표시라고 인정되어 협정의 보호를 받지 못할지라도 EC에서는 지리적 표시에 대하여 좀 더 공격적인 보호를 하고 있다.

EC법에 의하면 샴페인과 같이 일반적으로 쓰이고 소비자가 혼동을 하지 않을지라도 포도주에 대한 생산지가 아닌 지리적 표시를 금지하고 있다. ㉓