

Champagne – luxus, történetiség és a mögötte álló eredetvédelem

Nemcsak világszerte, de itthon is egyre többen fogyasztanak champagne-t, és – bár a nálunk népszerűségben alig nagyobb Belgium kilencmillió palackos éves fogyasztásától még messze vagyunk – a hazai fogyasztás markáns növekedése jól illusztrálja a globális tendenciát. A számadatokat nézve a hazai fogyasztás évi mintegy 120 ezer palack, 66 százalék körüli növekedést mutatva a 2016-os évi 72 ezres palackszámhoz képest. Ennek apropóján vizsgáljuk meg, hogy milyen jogi, gazdasági, szakmai megfontolások húzódnak a banálisnak tűnő megállapítás mögött, miszerint minden champagne pezsgő, de nem minden pezsgő champagne, valamint hogy a megállapítás jogi kikényszeríthetőségét milyen szabályozás biztosítja.

A jogi védelem esszenciáját összefoglalva: „champagne csak Champagne-ból származhat”. Jelen esetben a kis- és nagybetű használatának jelentősége van, ugyanis champagne-on magát az italt értjük, Champagne-on pedig azt a 34 300 hektáros területet Franciaországban, Párizstól 150 kilométerre keletre, ahol a meghatározott szőlőfajtákat (alapvetően chardonnay, pinot noir, meunier) termesztik, és ahol az azokból házasított alapbornak (cuvée) palackba kell kerülnie a buborékok kialakulásához vezető másodresztés megkezdéséhez. De ez még csak a kezdet: a champagne-készítés (méthode traditionnelle) szigorúan meghatározott technikai előírásokhoz kötött folyamat, amelynek eredményeként valamennyi palacknak törvényileg védetten legalább 15 hónapos érlelési időt kell eltöltenie a francia Champagne régió valamely pincéjében ahhoz, hogy az előttünk lévő palack a champagne elnevezést viselhesse.

A borok az emberiség kultúrtörténetében és a kereskedelemében már az ókortól kezdődően meghatározó szerepet töltek be, és bár a pezsgőborok története csupán a 17. század második felétől datálható, a sokáig borhibának tartott buborékképződés mára nemhogy hibának, hanem egyenesen a luxus szimbólumának számít, a champagne-készítést az egyik legösszetettebb és legkifinomultabb borszási ágá emelve. Érdekes hazai kötődések, hogy az 1800-as évek elején Franciaország után a világon másodikként hazánkban debütált az első pezsgőgyár, és egy másik nagy múltú magyar pezsgőpincészet a Champagne régió egyik fővárosának számító Reimsre jellemző mészke pincékhez (crayer) hasonlóan mészke pincéket vájt pezsgői érleléséhez és tárolásához – az ebből származó mészkevet pedig az Országház építésénél használták fel.

Gazdasági oldalról a champagne rövid idő alatt az agrár-gazdaság egyik legnagyobb hozzáadott értékű termékévé vált, kivívott presztízsét jól szemlélteti az alapanyagként szolgáló champagne-i szőlő átlagos kilónkénti ára (kb. 2400 forint) a hazai borszőlő átlagos árához viszonyítva (kb. 90 forint). A társadalmi népszerűsége és a champagne előállítási és eladási ára között mutatkozó jókora különbség okán nem meglepő, hogy a terméket gyakran hamisítják, és a nevével való visszaélések száma igen nagy.

Ezen visszaélések ellen a jogilag kikényszeríthető gátat az iparjogvédelmen belül a védjegyek, kereskedelmi nevek mellett használatos földrajzi árujelzők jogintézménye biztosítja. A földrajzi árujelzők gyűjtőfogalmába tartozó védett eredetmegjelölés (francia megfelelője az úgynevezett appellation d'origine contrôlée – AOC) azokban az esetekben kerül előtérbe, amikor a termék kiemelkedő minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője és a származási területe között egyértelmű kapcsolat mutatkozik. A természeti tényezők közül a termelőhely (terroir) jellegzetességeinek (domborzat, talaj, a mikroklíma adottságai) döntő jelentősége van, ugyanakkor az emberi tényezők (művelési mód, tradíció, know-how, borszási-szőlészeti ismeretek) is elvitathatatlan szerepet töltenek be az eredetvédelem kapcsán. A földrajzi árujelzők oltalmi rendszerében jellemző különbség van a földrajzi jelzések és az eredetmegjelölések



HAJDU MÁTÉ
WSG-okleveles
champagne-szakértő



DR. KOPASZ JÁNOS,
a Taylor Wessing nemzetközi ügyvédi iroda
IP/IT-csoportjának ügyvédje

között. Míg az előbbi esetben az oltalom egy olyan terméket jelöl, amely az adott geográfiai területről származik, a termék hírneve, tulajdonsága az adott területhez köthető, és az előállításának legalább egy szakasza az adott földrajzi területen történik, addig az eredetmegjelölés esetében az előállítás valamennyi létszakaszának (termelésnek, feldolgozásnak, termék-előállításnak) a meghatározott területen kell végbemennie. Az eredetvédelemmel oltalmazott champagne elnevezés további jellemzője, hogy bár az árujelzők csoportjába tartozik, hasonlóan például a védjegyek, kereskedelmi nevek kategóriájához, lényeges eltérés, hogy egy időkorlát nélküli kollektív jogosultságot jelent, azaz a védelem alá tartozó földrajzi területen mindenki jogosult az árujelző használatára, ha megfelel az előre lefektetett szabályrendszernek.

A kollektív jogosultsággént operáló eredetvédelem keretében a pezsgőházak és champagne-i szőlőtermesztők közösségi érdekeit 1941-es megalakulása óta a Comité Champagne nevű szervezet (korábbi elnevezésének rövidítése alapján a továbbiakban CIVC) látja el, amely széles körű felhatalmazással rendelkezik a Champagne régió felügyeletére, ellenőrzésére és magának a champagne névnek a védelmére. Évente több száz ügyben járnak el és kezdeményeznek bírósági eljárást a champagne eredetmegjelölés védelmében. Érdekesebb példa volt a nem is olyan régmúltban a Champagne cigaretta piacra kerülése, vagy egy másik eset Németországban, ahol egy ásványvízmárka szlogenjéül ezt választotta: „Az ásványvizek champagne-a.” Az egyik népszerű okostelefon színelnevezése sem véletlenül váltott az eredeti champagne-ról goldra (aranyra). De próbálkoztak champagne fagylalttal is, amelynek betiltásáról épp idén született döntés egy müncheni bíróságon. Szintén az érdekesebb esetek közé tartozik, hogy pont Franciaországban próbált egy luxusrmárka Champagne név alatt parfümöt piacra dobni. Ezekben az esetekben, bár nemritkán hosszabb pereskedések árán, a CIVC sikereket ért el. Köszönhető mindez annak a párhuzamosan működő nemzeti, uniós és nemzetközi jogi oltalmi intézményrendszernek, amelynek segítségével a champagne megjelölés a nem-

zeti szintű francia AOC oltalmától kezdve az olyan meghatározó, kétoldalú és multilaterális nemzetközi egyezmények soráig, mint az 1891-es madridi megállapodás, az 1958-as liszaboni szerződés vagy éppen az 1994-es TRIPS-megállapodás, mára széles körű nemzetközi védelmet élvezhet a világ mintegy százhusz országában.

A kétoldalú nemzetközi egyezmények sorában az Európai Unió és az Egyesült Államok közötti 2006-os megállapodás hozott friss fejleményeket. Ezek szerint az American Champagne termékmegjelölést, amelyet több mint százötven évvel ezelőtt – még a champagne név védelme előtt – már használtak Amerikában, a továbbiakban is feltüntethetik pezsgőiken egyes történelmi amerikai termelők, újabb termékek azonban már nem kerülhetnek piacra ezzel a megnevezéssel.

Az eredetvédelem interdiszciplináris jellegén túlmenően jól szemléltetik a champagne megjelölés kultuszát a fenti jogesetek, amelyekben nemcsak egy adott földrajzi területhez kötött, több száz éves termelési tradícióból és történeti hagyományból kifejlődött gazdasági értéknek a klasszikus jogi oltalommal való felvértezése rajzolódik ki, hanem egy olyan kulturális szimbólum megjelenése is, amely napjainkig pezsgő kereskedelmi, politikai és jogi kérdéseket generál.

Erre jó példa egy olyan friss eset, amikor kudarcot vallhat a champagne név védelmében folytatott harc. Júliusban látott napvilágot a hír, amely szerint Oroszország olyan törvényt fogadott el, amelynek alapján az orosz pezsgőket hívhatják champagne-nak (sampsanzkoje), míg a történelmi francia házak champagne-jainak fel kell tüntetniük a habzóbor megnevezést termékeik hátcímkején. Hogy jelen esetben a gazdasági érdekek mennyire és milyen hosszú távon írják felül az eredetvédelmi érdekeket a nagy múltú champagne-importőrnek számító Oroszországban, azt talán csak néhány év távlatából tudjuk majd realisan megítélni.

*A jogi védelem esszenciáját összefoglalva:
„champagne csak Champagne-ból származhat”*



FOTÓ: HAJDU MÁTÉ



Főszerkesztő: **Deák Bálint**

Főszerkesztő-helyettesek:

Dénes Zoltán, Túrós-Bense Levente

Lapszerkesztő: **Pető Sándor**



Előfizetéssel kapcsolatban

hívható telefonszám: **06-46-998-800**

ugyfelszolgalat@mediaworks.hu

Rovatvezetők: **Gyöngyösi Balázs** (Magyar Gazdaság), **Sárosi Viktor** (Tőkepiacok, Külgazdaság) ■ **Gócza Éva** (Vélemény) ■ Szerkesztők: **Andor Attila, B. Horváth Lilla, Kelemen Zoltán, Kriván Bence** ■ Főmunkatárs: **Hecker Flórián** ■ Olvasószerkesztő: **Balog Emerencia** (vezető) ■ Kiadványszerkesztők: **Máriás Judit** (művészeti vezető), **Lovas Bence** ■ Kiadó: **Mediaworks Hungary Zrt., Dr. Szabó László** elnök-vezérigazgató, **Bulyáki Iván** terjesztési igazgató, **Arany János** értékesítési igazgató ■ **Előfizetési díj:** 1 évre 90 000 Ft, fél évre 45 000 Ft, negyedévre 22 500 Ft, egy hónapra 7500 Ft ■ **Előfizetéses napilap terjesztő partnerünk a MédiaLOG-DMHM Zrt.** (mlog.hu) ■ Árús terjesztés: **Lapker Zrt.** ■ ISSN 0042-6148 ■ Nyomdai előállítás: **Mediaworks Hungary Zrt.** ■ E-mail: nyomda@mediaworks.hu ■ Felelős vezető: **Bertalan László** nyomdaigazgató ■ Szerkesztőségi titkár: **Szebenyi Katalin** ■ Munkaszám: 443 000 ■ **Adatvédelmi irányelveink a vg.hu. internetes oldalunkon olvashatók.** ■ A mai lapszámot szerkesztette: **Dénes Zoltán**

A VilágGazdaság bármely részének másolásával, terjesztésével, az adatok elektronikus tárolásával és feldolgozásával kapcsolatos minden jog fenntartva. Értesítéseket átvenni csak a VilágGazdaságra hivatkozva lehet. A lapban közölt táblázatok adatai tájékoztató jellegűek, amelyekért felelősséget nem vállalunk. A VilágGazdaság és a VilágGazdaság Online tartalmait (fotók, írott anyagok vagy azok részletei) a kiadó írásbeli vagy elektronikus dokumentumba foglalt engedélyével közzétehetők a nyilvánossághoz. Tájékoztatjuk Olvasóinkat, hogy a különböző versenyeken, játékokon, akciókon, szavazásokon, rejtvenyypályázatokon stb. részt vevők által személyesen, írásban, telefonon, SMS-ben, interneten, e-mailben megadott személyes adatok nyilvántartásunkba kerülnek. Az adatokat megadva Olvasóink hozzájárulnak ahhoz, hogy azok felhasználásával a Társaságunk érdekltségébe tartozó cégek (Mediaworks Hungary Zrt., Népszabadság Zrt., Primus Népszabadság Médiakepviseleti Kft.), amelyek az adatok feldolgozását is végzik, előfizetéses megrendeléseiket teljesítsék, akcióikra, kiadványaikra és egyéb szolgáltatásaikra felhívják az Olvasók figyelmét. Az érintettek felvilágosítást kérhetnek az általunk kezelt személyes adataik köréről, felhasználásuk módjáról és céljáról, és bármikor kérhetik azok helyesbítését, felhasználásuk korlátozását, illetve törlését.

Kiadó és szerkesztőség:

1082 Budapest, Üllői út 48.

telefon: 06-1/489-1128;

e-mail: vginfo@vg.hu;

központi e-mail: vg@vg.hu

Hirdetések felvétele:

telefon: 06-1/460-2529;

e-mail: hirdetes@mediaworks.hu

Kézbesítéssel kapcsolatos

reklamációk fogadása:

telefon: +36-1-999-9689

e-mail: ugyfelszolgalat@mlog.hu