

EU, 농산물품질정책과 지리적표시제 개요

유 찬 회*

최근 한·EU FTA에서 지리적 표시제가 농업부문 협상의 주요 쟁점 중 하나로 부각되었다. EU는 세계에서 지리적 표시제가 가장 잘 정비되어 있는 바, 이에 대한 개관과 2006년 3월 이루어진 개정안의 내용을 중심으로 소개한다.

1. 유럽연합의 농산물 품질 정책

1992년 이전부터 일부 유럽연합 회원국들은 자체적인 규정을 제정하여 고유한 식품 명칭을 보호하려는 노력을 기울여 왔다. 하지만 1970~80년대는 장벽 없는 공동 시장 구축이 한창이었기 때문에 이러한 노력은 별다른 성과를 거두지 못했다. 하지만 높은 인지도와 명성을 지닌 상품을 도용하는 것을 방지함으로써 생산자를 보호하는 것은 지속적인 관심의 대상이었다. 이를 위해 유럽연합은 기존의 품질 정책안과 상충되지 않으면서도 공정한 경쟁 조건을 마련할 수 있는 방안을 모색하게 되었고, 이 결과 1992년 원산지 보호제(Protected Designations of Origin; PDO), 지리적 표시 보호제(Protected Geographical Indications; PGI), 전통 특산물 보증제(Traditional Specialities Guaranteed; TSG)를 도입하였고, 2006년 3월 이 시스템에 대한 개선이 이루어졌다.

* 한국농촌경제연구원 chrhew@krei.re.kr 02-3299-4232

1.1. 품질의 정의

농업 정책 부문에서 주로 사용하는 품질 속성(quality attributes)은 다음과 같은 의미를 지닌다.

- ① 상품의 특수한 속성(characteristics)으로, 종종 원산지나 생산지역(예를 들어 산간지역), 동물의 품종이나 생산 방법(예를 들어 유기농) 연계
- ② 상품이 특별한 성분을 함유
- ③ 지역 전문가들의 노하우나 지역의 전통에 따른 특별한 방법으로 생산
- ④ 높은 수준의 환경 또는 가축후생(animal welfare) 기준을 준수
- ⑤ 상품의 가치나 구매 유인을 높일 수 있는 방법(가공, 포장, 라벨링 등)

1.2. 고품질 상품 생산 장려

유럽연합은 식품 품질을 높이기 위한 노력을 정책의 일환으로서 추진해 왔고, 그 효시는 1980년대 개발된 와인 품질 표시제(wine quality labelling)이다. 1992년 유럽연합은 새로운 제도를 도입하여 기존에 국가 별로 보호하던 전통적이고 지역적인 제품(대표적인 예로 프랑스의 AOC와 이탈리아의 DOC¹⁾)을 보호하고 생산을 장려하기 시작했다.

유럽연합은 이러한 상품들의 가치를 현가로 계산하고자 해당 상품의 명칭을 보호하고, 고유하고 전통적인 특성을 보존할 수 있는 방안을 마련하기로 결정하였다. 유럽연합의 농산물 및 식품 품질 정책의 목적은 다음과 같다.

1) AOC(Appellation de Origine Contrôlée; AOC) 제도란 각 원산지 별로 엄격한 와인의 생산·품질 조건을 규정해 놓고 이를 충족 시켜야만 정해진 라벨에 표기하여 시장에 출하할 수 있도록 하는 제도이다. 생산 조건은 프랑스의 전국 원산지 명칭 협회(INAO)가 정하고 농림부 산하의 '국립 원산지 명칭 연구원'이 이를 공인해 주며 생산, 유통에 관한 모든 것을 감시하고 있다. 현재 AOC 와인은 프랑스 전체 와인 생산량의 35% 정도를 차지하고 있다. DOC(Denominazione di Origine Controllata) 1963년 이탈리아 와인법 제정과 함께 도입되었으며, 각 생산 지역의 고유 생산 방식의 특징과 독창성을 상업적 가치와 조화시키는 것으로 목적으로 한다. 1992년 개정을 거쳐 현재는 4등급을 적용하고 있다.

- ① 다양한 농산물 생산 장려
- ② 특정 상품 명칭의 도용과 모방 방지
- ③ 상품의 특수성에 대한 소비자 인지도 제고

유럽연합은 법령을 제정하여 특정한 지역에서 생산되거나 특정한 방법으로 생산된 상품을 보호한다. 소비자 입장에서는 EU가 품질 라벨을 허용한 제품을 산다는 것은 품질 보증의 의미 외에도 구매한 제품이 진품임을 확신할 수 있는 것이다. 최근 소비자들과 식품 무역업자들이 원산지에 대한 관심을 더 가지게 되면서 이러한 정책 방향의 중요성이 더욱 커지고 있다. 유럽연합은 이러한 점에 착안하여 세 가지 ‘품질 로고(quality logos)’를 개발했다. 원산지 보호제(PDO), 지리적 표시 보호제(PGI), 전통 특산물 보증제(TSG)는 인증을 받기 위한 자격 요건의 엄정성 등에서는 차이가 나지만 특정 상품의 진정성과 지속가능성을 보장하기 위한 것이라는 점에서 공통점을 지닌다.

1.3. 유럽연합의 품질 시스템은 세계적 추세

지리적 표시를 비롯한 품질 관련 전통을 보호하는 것은 유럽연합 차원만이 아니라 전 세계적으로 필요한 일이다. 이는 소비자들의 알 권리를 존중함과 동시에 소비자들이 진품을 구매할 수 있도록 하는 일련의 과정이다. 앞으로 유럽의 농가들은 벌크 상태의 농산물보다는 일정한 품질을 갖춘 농산품의 생산을 늘릴 것이고, 이를 통해서 농업 생산물의 가치를 극대화할 것이다.

지적재산권 협약(Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights; TRIPs)²⁾은 국제적 차원에서 이루어지는 지리적 표시 보호 수준을 한 단계 끌어올리는데 결정적인 기능을 했다. 하지만 유럽연합은 현재의 보호 수준이 생산자와 소비

2) 지적재산권 문제는 1986년부터 시작된 우루과이라운드 협상의 한 가지 의제로 채택되었으며, 1994년 출범한 WTO의 부속협정으로 채택되었다. TRIPs 협정은 총 7부, 73개조로 구성되어 있으며, 지적재산권의 국제적인 보호를 강화하고 침해에 대한 구제수단을 명기했다.

자를 보호에 충분하지 않다는 판단 하에 WTO를 대상으로 품질 및 지역적 상품 보호에 대한 보호를 강화할 것을 요구하고 있다.

2. 유럽연합의 원산지 보호제도

원산지 표시는 두 개의 범주로 나눌 수 있는데, 하나는 지역(territory)이고 다른 하나는 상품을 생산하는 차별화된 방식과 관련이 있다. 지리적 표시 보호제와 원산지 보호제는 상품과 지역을 연계하는 개념이다.

2.1. 지리적 표시(Geographical Indications; GI)

지리적 원산지에 의해 특성이 정해지는 상품을 보호(PGI, PDO)하는 규정³⁾은 생산자를 보호하고 소비자의 기대에 부응하는 것을 목적으로 한다. 이러한 상품을 보호해야 하는 이유는 첫째 해당 상품들은 다른 상품에 비해 월등한 품질(맛 등)을 지니고 있거나, 둘째 해당 지역의 독특한 생산 방법 덕분에 생산 지역-상품-소비자 간에 신뢰 관계가 형성되어 있기 때문이다. 이 범주의 지리적 표시는 지역과의 긴밀성 정도에 의해 두 가지로 구분된다.

(1) 원산지 보호제(PDO)

원산지 보호제는 특정 상품과 해당 상품의 이름이 기인한 지역의 관계가 긴밀할 경우에 적용된다. 상품이 원산지 보호제의 적용을 받기 위해서는 다음과 같은 두 가지 조건을 충족해야 한다.

- ① 해당 상품의 품질이나 특징이 본질적 혹은 전적으로(essentially or exclusively) 원산지의 지리적 환경에서 기인한 것이어야 한다. 원산지역은 기후·토질·지역 내 노하우 같은 고유의(inherent) 천연·인적 자원을 보유하고 있어야 한다.

3) 2006년 3월 제정된 Council Regulation (EEC) No 510/92에 규정되어 있다. 이 규정은 특정 지역과 해당 상품의 관계가 얼마나 긴밀한지에 따라 원산지 보호제와 지리적 표시 보호제의 보호 명칭을 구분해서 적용하던 기존의 Regulation (EEC) No 2081/92를 대체했다.

- ② 원재료의 생산과 가공부터 최종 상품의 완성 단계에 이르기까지의 과정이 원산 지역에서 이루어져야 한다.

이런 점에서 상품의 특성과 지리적 원산지 간에는 객관적이고 매우 밀접한 연계 관계가 있어야 한다. 예를 들어 'Huile d' olive de Nyons'는 프랑스 Nyons 지역에서만 생산·가공된 올리브기름에 국한되어야 하며, 'Queijo Serra da Estrela'는 포르투갈의 특정 지역 내에서 생산된 치즈에만 붙일 수 있는 이름이다.

(2) 지리적 표시 보호제(PGI)

지리적 표시 보호제(PGI) 역시 상품과 상품의 이름을 따온 지역 간의 관계를 정의하고 있지만, 원산지 보호제에 비해서는 상대적으로 완화된 기준을 적용하고 있다. 지리적 표시 보호제의 보호를 받기 위해서는 다음과 같은 두 가지 조건을 충족해야 한다.

- ① 상품의 이름을 따온 지역에서 해당 상품을 생산해야 한다. 원산지 보호제와 달리, 생산 과정 중 한 단계만 지정된 지역에서 이루어져도 지리적 표시제 인증을 받을 수 있다. 예를 들어 생산 과정에서 사용한 원자재가 다른 지역에도 온 경우에도 지리적 표시제 인증을 받을 수 있다.
- ② 지리적 표시 보호제의 경우에도 이름을 따온 지역과 상품 간의 연계성이 있다. 하지만 이러한 특징이 본질적으로 혹은 전적으로 원산지와 관계가 있을 필요는 없다는 것이 원산지 보호제와의 차이점이다. 즉, 지리적 표시 보호제의 경우는 특정한 품질이나 명성 또는 다른 특징과 지리적 원산지를 연결시킬 수 있으면 조건을 충족시킨다는 점에서 보다 유연한 편이다.

(3) 전통 특산물 보증제(TSG)

특정 상품에 이 로고를 사용하고자 한다면 해당 상품이 예전부터 알려진 유서 있는 성분을 포함하고 있거나, 전통적인 방법으로 생산되어야 한다.

특정 상품이 이 조항을 만족하면서 인증을 받기 위해서는 다른 상품과 구분되는 특성을 지니고 있다는 것을 증명해야 한다. 첫째, 해당 상품은 '구체적인 특질'을 지

녀야 한다. Regulation (EEC) No 2081/92는 ‘구체적인 특질’을 농산물이나 농식품을 같은 범주에 속하는 유사한 상품과 구분할 수 있는 하나 이상의 특성’이라고 정확하게 정의하고 있다. 예를 들어, 맛이나 구체적인 원자재 등이 이에 속한다. 이러한 정의에 따를 때 다음과 같은 특질만으로는 인증 대상이 되지 못한다.

- ① 포장 형태: 다른 상품과 차별되는 고급스럽거나 매력 있는 포장
- ② 의무적인 규정이나 자발적인 기준만을 만족시키는 생산 방식
- ③ 특정 지역이나 지리적 원산지
- ④ 기술 혁신 적용의 결과

핀란드의 빵, 스페인의 햄, 벨기에 맥주 등이 전통 특산품 보증 인증을 받았다. 하지만 다른 생산자도 인증 요건을 충족하기만 한다면 이 명칭을 사용할 수 있다. 마지막으로 전통 특산품 보증에서 사용하는 명칭은 원산지 보호제나 지리적 표시제 관련 규정에서 정한 지리적 조건을 충족하지 않을 수 있다. 이러한 점에서 전통 특산품 보증제는 일반적인 상품과의 차별화를 통해서 경쟁력을 확보하는 것을 목적으로 하는 것이다.

(4) 지리적 표시제 적용 농산물 시장의 규모

지리적 표시 보호제와 원산지 보호제의 적용을 받는 상품은 700종이 넘는다(포도주와 증류주 제외). 추가적으로 약 290여 품목이 인증 신청을 한 상태이다. 프랑스와 이탈리아가 가장 많은 인증 품목을 보유하고 있으며, 스페인, 포르투갈, 그리스 등이 뒤를 잇고 있다. 전통 특산품 보증제에 등록된 품목의 수는 상대적으로 적지만, 스페인 햄(*Jamon Serrano*) 등은 상당한 인지도와 경제적 중요성을 갖는다.

3. 지리적 표시의 효력

지리적 표시 보호제와 원산지 보호제의 이점은 정식 인증을 받은 생산자와 요구 조건을 정확히 준수한 생산자에게만 배타적으로 명칭을 사용할 수 있는 권한을 부여한다는 점이다.

표 1 유럽연합 국가별 · 품목별 지리적 표시 인증 현황(2007.1 기준)

품목분류 \ 국가	벨기에	체코	덴마크	독일	그리스	스페인	프랑스	아일랜드	이탈리아	룩셈부르크	네덜란드	오스트리아	포르투갈	핀란드	스웨덴	영국	소계
치즈	1		2	4	20	19	43	1	31		4	6	12		1	11	155
육가공 제품	2			8		10	4	1	28	1		2	28				84
신선 육류				3		13	50	1	2	1			26			7	103
어패류				2	1		2									3	8
계란, 꿀, 낙농품				1	2	6		2	1			10			1	23	46
유지류 · 올리브유	1			1	25	17	6		37	1		1	6				95
신선 올리브					10		4		2				1				17
곡물 · 과일 채소류		1	2	22	28	24		45		2	3	21		1	1	150	300
빵 및 제과류		1		4	1	7			3						1		17
맥주		3		12												2	17
기타 음료				31			5									3	39
비식품 및 기타				4	3	2		5								14	28
소계	4	4	3	67	84	99	146	3	155	4	6	12	104	1	3	28	722

자료 : 유럽연합집행위원회(http://ec.europa.eu/agriculture/qual/en/1bbab_en.htm)

3.1. 집행

유럽연합의 품질 시스템은 유럽연합 차원의 규정에 따라 회원국 별로 집행된다. 회원국들은 유럽연합 규정을 집행할 통제기구를 설치하여야 한다. 이에 소요되는 비용은 국가가 아닌 관계된 생산자들이 부담한다.

3.2. 동일한 명칭을 지닌 상품의 처분

인증을 받은 상품과 동일한 이름을 사용한다고 해서 무조건적으로 규정에 저촉되

는 것은 아니다. 이를 판단하는 기준은 소비자가 오해를 할 가능성이 있는지 여부이다. 동일한 이름을 사용하는 상품의 경우에는 생산자를 공평하게 대하되 소비자의 혼돈을 막을 수 있는 조치가 마련되어야 한다. 예를 들어 고품질 햄으로 잘 알려진 'Jambon sec des Ardennes'(프랑스)와 'Jambon d'Ardenne'(벨기에)는 유사한 이름을 사용하지만 소비자들이 충분히 구분할 수 있을 만큼 차별화 되어 있다. 따라서 이 두 제품의 경우에는 제재의 대상이 되지 않는다.

3.3. 지리적 표시 보호제와 원산지 보호제의 적용 범위

지리적 표시 인증을 받은 생산자에게 적용되는 보호의 범위는 상당히 넓은 편이다. 인증을 받지 않은 생산자 및 생산자 단체는 해당 상품이 지닌 명성에 편승하여 불합리한 이익을 누릴 수 없다. 구체적으로 다음과 같은 행위가 엄격히 금지된다.

- ① 등록하지 않은 상품에 대해 지리적 표시 인증을 받은 명칭을 직·간접적으로 사용하는 행위는 금지된다.
- ② 인증을 받은 이름의 오용, 모방 혹은 연상을 시키는 것도 행위도 금지의 대상이다. 해당 상품과 동등하거나 관계가 있다는 느낌을 줄 수 있다는 점에서 '스타일', '타입', '방식' 등의 표현도 사용에 제한을 받는다. 이는 해당 상품의 원산지를 표시하거나 인증을 받은 원 상품의 명칭을 표기하더라도 금지된다.
- ③ 포장에 원산지, 자연 환경, 제품의 품질 등에 대해 잘못되거나 혼란을 줄 수 있는 정보를 기입하면 해당 제품이 (인증 받은) 진짜라고 믿을 수 있으므로 이러한 행위도 금지된다.

3.4. 위반 상품에 대한 제재

규정을 지키지 않은 상품을 시장에 출하할 경우 해당 상품은 의무적으로 퇴출된다. 특정 명칭이 지리적 표시 인증을 받기 전부터 일정 기간(신청일로부터 5년 이상 전) 시장에 출시되던 상품에 대해서는 일정한 유예 기간(최대 5년)을 준다. 한 예로 'Jamon de Bayonne'가 지리적 표시 보호제 인증을 받았을 때, 5년 전부터 이 이름을 사용하여 합법적으로 출시하던 덴마크의 한 회사가 이의 신청을 했다. 유럽연합집행위원회는 덴마크 기업들이 해당 명칭이 등록되기 5년 이상 전부터 동일한 명칭을 사용하고 있었다는 점에 근거하여 반대 의견이 합당하다는 판결을 내린 바 있고,

덴마크 기업들에게 3년의 이행 기간을 인정했다. 단, 제품의 원산지를 명시해야 한다는 조건이 추가되었다.

3.5. 상호(trademark)와의 관계

유럽연합의 규정에서는 상호와 지리적 표시제에 등록된 명칭 간에 마찰이 있을 경우에 대해 균형 잡힌 대안을 제시하고자 노력하고 있다. 즉, Regulation (EEC) No 2081/92는 상황을 세 가지로 나누어 대안을 제시하고 있다. 가장 간단한 상황은 14조 1항에 제시되어 있다. 유럽연합 차원에서 상품 명칭 등록 신청이 이루어진 상품과 갈등을 일으킬 수 있는 동일한 유형의 상품에 대해 상표를 등록하고자 할 경우에는 기각된다. 이 경우에는 지리적 명칭에 우선권이 부여된다.

14조 2항에 명시된 두 번째 경우는 예외적으로 지리적 명칭과 상표의 공존을 인정한다. 하지만 다음과 같은 경우에 한해서만, 유럽연합 법령에 따라서 (갈등을 일으킬 수 있는) 상표를 계속적으로 사용할 수 있다.

- ① 원산지 보호제나 지리적 표시제 명칭을 집행위원회에 등록하고자 신청하기 전에, 해당 상표를 신청, 등록하거나 이것이 저널에 게재되었을 경우
- ② 상표를 무효화하거나 취소시킬 근거가 없을 경우

세 번째 경우는 앞의 두 경우와 또 다르다. 일반적으로 갈등을 일으킬 수 있는 상표를 등록했다더라도, 지리적 명칭의 등록을 금지할 수는 없다. 14조 3항에 정의된 한 가지 상황에서만 지리적 명칭의 등록을 금지할 수 있다. 상표의 명성과 사용 기간으로 인해 지리적 명칭을 새로이 등록했을 경우 소비자들에게 혼돈을 일으킬 수 있는 경우가 그것이다. 이를 제외한 모든 경우에는 기존에 상표가 있더라도 지리적 명칭을 등록할 수 있다.

4. 상품 출원

상품 출원(product specification)은 이후 모든 생산자들이 준수해야 할 조건을 인

정받는 점에서 지리적 표시의 핵심적인 요소이다.

4.1. 상품 출원

상품 출원을 하려면 해당 상품에 대한 모든 기술적인 정보를 제시해야 한다. 정보는 상세하게 명시하여 등록을 원하는 관련 업계 생산자들이 참고하여 해당 상품과 동일한 방식으로 생산하여 신청을 할 수 있도록 해야 한다.

출원은 모든 보호 조치의 기본이 되는 부분이다. 일단 출원 인정을 받으면 해당 명칭을 사용하고자 하는 생산자 모두에게 준수 사항으로 적용됨과 동시에 위반 등을 조사할 때도 중점 조사 사항이 된다. 이러한 출원 사항에 따른 상품만이 지리적 표시 보호제나 원산지 보호제에 등록된 이름을 사용하여 출시할 수 있다.

출원 조건은 변경이 가능하다. 예를 들어 생산 방법이 개선되었거나 지리적 영역 (geographical area)이 바뀌었을 경우 이러한 점을 반영할 수 있다. 변경을 하고자 하는 생산자는 국가 기관에 변경 승인 신청을 하고, 이 기관이 다시 유럽연합 집행 위원회에 이 사실을 통보하고 승인을 받는다.

4.2. 출원 시 필요한 내용

(1) 명칭

출원명은 지역, 구체적인 장소의 이름을 포함해야 하며, 예외적인 경우 국가 명을 포함할 수 있다⁴⁾. 원산지 표시 보호제의 경우에는 반드시 지리적인 명칭을 사용하지 않더라도 농산물이나 농식품이 구체적인 해당 지역에서만 생산된다는 것을 보여주는 전통적인 명칭을 사용하는 것도 가능하다.

오해의 소지가 있는 사례로는 지리적 표시인 ‘*Bayerisches Bier*’ 를 들 수 있다.

4) 원칙적으로 국가 명을 등록할 수는 없지만, 해당 국가의 특정 지역이 상품의 특수한 속성과 동일한 속성을 지니는 경우에 한하여 허용한다.

이 명칭을 원산지 보호제로 등록하기 위해 신청한 사항에 대해 독일과 덴마크의 유관 기관은 집행위원회에 ‘맥주 상표(독일의 ‘*Bavaria*’ 와 덴마크의 ‘*Høker Bajer*) 가 그 명칭을 사용하고 있다’ 고 통보했다. 하지만 사용 가능한 정보의 측면에서 봤을 때, ‘*Bayerisches Bier*’ 라는 명칭이 소비자들에게 혼란을 일으킬 소지는 없다고 판단하여 등록이 허용되었다. 이런 이유로 이 상표와 지리적 표시는 시장에서 공존하고 있다.

(2) 설명(description)

상품명에 대한 서술은 다음과 같은 측면에서 사용된 원자제와 용도, 원칙을 명시해야 한다.

- ① 물질적: 모양, 색상, 중량 등
- ② 화학적: 최소 지방 함유량, 최대 수분 함유량 등
- ③ 미생물학적: 발견된 박테리아 종류
- ④ 생물학적: 종류 등
- ⑤ 감각수용성 관련(organoleptic): 맛, 색상, 향 등과 관련된 농산물·농식품의 특성

기술의 중요성은 상품의 특수성(specificity)을 전달한다는 점에 있다. 다시 말해, 원산지라는 특징에서 비롯된 상품의 특수성이 있어야 같은 범주(category)에 속하는 다른 상품과의 객관적인 차별이 가능한 것이다.

상품이 어떠한 형태로 출하되는지를 표시하는 것도 중요하다. 예를 들어 보호 명칭은 상품 전체에 적용될 수도 있고, 신선 형태로 출하되는 경우에만 적용될 수도 있다. 만약 보호 명칭이 이후 단계(가공, 분할, 슬라이스, 포장, 갈아서 만든 제품 등)까지 적용된다면, 이에 대해서도 상술해야 한다. 이러한 조치가 있어야 신청자들이 어느 단계까지 가공을 거친 상품이 보호 명칭을 사용할 수 있는지를 알 수 있다.

(3) 지리적 영역(geographical area)

‘지리적 영역’은 생산·가공이 이루어졌다는 점이나, 해당 지역에서 생산이 이루어졌다는 증거가 가능한 지역을 의미한다. 일반적으로 지리적 영역의 경계는 ‘최종

상품(final product)에 고유한 특성을 부여하는 자연적·인적 자원'에 의해서 자연적으로 정해진다. 몇몇 경우 이러한 지리적 지역이 행정적인 경계에 의해서 정의되기도 한다. 이와 관련해서는 지도와 같은 관련 문건이 제공되어야 한다.

(4) 원산지 증명

이 부분은 '농산물이나 농산품이 지리적 영역에서 기원했다는(originate)' 것을 입증하는 증거에 관한 것이다. 이는 상품의 이력추적제(traceability), 즉 생산지역에서 최종 목적지에 이르는 상품의 이동 경로와 관계있다. 상품 명세서에는 이력추적성을 보장하기 위한 수단(예를 들어 등록기록 유지 및 구체적인 통제 방안)을 명시해야 한다. 가공 단계와 통제 단계를 보여줄 수 있는 흐름도(flow-chart) 등의 문건도 사용할 수 있다.

(5) 생산 방식

생산 방식에 대한 설명을 통해서 지리적 지역 내의 모든 생산자들이 명세서에 있는 정보에 의거하여 생산할 수 있도록 해야 한다. 이는 다음과 같은 내용을 담고 있어야 한다.

- ① 농산물·농식품의 취득 방법
- ② (적절한 경우) 고유하고 변하지 않는 지역적인 생산 방식
- ③ 생산 단체가 '품질과 이력추적성 혹은 통제를 보장하기 위해 제한된 지역 내에서 포장이 이루어져야 한다고 볼 경우'에 한해 포장 관련 정보

갈기(grating), 슬라이스, 포장 등을 지리적 지역 내에서 하고자 할 경우에는, 이러한 생산 방식을 정당화함으로써 이것이 상품의 품질을 보장하고 고유성을 유지하는 데 있어 필수적인 과정임을 증명해야 한다.

(6) 연계(link)

'연계'에 관한 설명은 등록과 관련된 상품 특허 출원에서 가장 중요한 요소이다. 연계는 '상품이 왜 한 지역과 연계가 되고, 다른 지역과는 연계되지 않는지'를 설명할 수 있어야 한다. 즉, 한 상품이 생산 지역으로부터 어느 정도의 영향을 받는지

를 반영해야 하는 것이다.

원산지 보호제와 지역 표시제 모두에 있어, 지리적 지역이 특정한 상품 생산에 있어 특화되어 있다는 것을 증명하는 것만으로는 연계성을 정당화하기 어렵다. 모든 경우에서 지리적인 환경이나 다른 지역적 조건이 상품에 미치는 영향을 강조해야 한다.

(7) 라벨링

원산지 보호제나 지리적 표시제와 관련된 라벨링 외에도, 이 상품을 사용한 상품의 라벨링도 생산자 그룹이 조항을 정하기만 하면 신청 가능하다. 하지만 이러한 조항에 대해서는 ‘등록 명칭의 보호라는 목적을 위해 필요한 것인가’에 대해 평가가 이루어져야 한다.

유럽연합 로고는 등록된 상품에만 사용할 수 있다. 다시 말해, 원산지 보호제나 지리적 표시제 상품을 원료로 사용하거나, 이를 혼합한 상품에는 유럽연합 로고를 사용할 수 없다.

5. 원산지 보호제·지리적 표시 보호제의 혜택

유럽연합의 품질 및 원산지 보호 제도는 생산자와 소비자의 권리 보호를 목적으로 한다.

5.1. 생산자에 대한 편익

생산자 편익을 평가할 때 기준으로 삼아야 하는 점은 상품 명칭에 대한 배타적인 권리를 인정함으로써 유사한 부류의 상품보다 높은 가격을 받을 수 있는지 여부이다. 이제까지의 사례를 보았을 때 지리적 표시를 통해서 이러한 이익이 구현됨을 알 수 있다. 예를 들어 원산지 보호제에 등록된 프랑스의 *Comté* 치즈는 지난 십 년간 다른 치즈보다 높은 가격에 판매되어 왔고, 수익성 역시 다른 치즈에 비해 월등

히 높았다.

치즈 부문에서 이루어진 한 연구에 따르면 지리적 표시 등록을 받은 치즈는 경쟁 관계에 있는 일반 치즈에 비해 30% 이상의 가격 프리미엄을 갖는다. 다른 연구들은 이러한 제품을 생산할 경우 생산 단계뿐만 아니라 가공 단계에서도 부가가치를 창출하여 생산-가공-소매 단계의 유통 경로에서 얻는 이익이 높아진다고 결론을 내렸다.

<스코틀랜드 훈제 생선 사례>

스코틀랜드의 특산품인 훈제 생선(*the Arboath Smokie*)은 품질 인증이 생산자에게 주는 편익을 잘 보여주는 사례이다. 이 특산품을 생산하던 생산자들은 유사한 상품이 시장에 출하되더라도 걱정을 하지 않는다. 이유인즉, 새로운 상품은 특산품 고유의 맛을 내지 못할 뿐만 아니라 외양조차도 식별할 수 있을 정도로 다르기 때문이다. 이는 경쟁 상품이 특산품 고유의 방법으로 생산되지 않았음을 보여주는 것이다. *the Arboath Smokie* 생산자 단체는 이를 지리적 표시 보호제로 등록하였고, 현재는 Arboath 마을회관을 중심으로 8km 이내에서 생산하고 품질 기준을 준수한 제품만이 이 명칭을 사용할 수 있다. 지리적 표시 보호제는 진짜 *the Arboath Smokie*를 생산하는 생산자들의 요구(명칭 보호)를 충족시켜 주어 가격 프리미엄을 유지할 수 있도록 함과 동시에 다른 생산자들로 하여금 보다 좋은 품질의 상품을 생산할 유인을 제공하였다.

5.2. 농촌개발에 대한 실질적 기여

원산지 보호제와 지리적 표시 보호제는 품질, 전통, 명성을 지켜준다는 점 외에도 의의를 지닌다. 즉, 이 제도들은 지속가능한 농촌 개발이라는 측면에서도 큰 기여를 한다. 연구결과⁵⁾들에 따르면 원산지 보호나 지리적 표시 보호 인증을 받은 제품은 해당 지역의 원산물 사용 외에도 해당 지역의 노동력 고용, 농촌 지역의 다양성 유지, 지역 공동체 통합 유도, 관련 업종의 신규 노동 수요 창출 등의 효과를 지닌다.

5) Impact de l'utilisation d'une indication géographique sur l'agriculture et le développement rural (Fromage de Comte, France). MAAPAR, 00 / 004; Geographic Indications in France . A dynamic sector of the Food Industry . Dupont ; High Quality Products and regional specialities: A promising trajectory for endogenous and sustainable development . Jan Douwe van der Ploeg; Geographical Indications and Rural Development in the EU . Carina Folkesson, Lund University

5.3. 소비자 편익

품질 라벨링은 소비자에게 매우 강력한 메시지를 전달한다. 원산지 보호제나 지리적 표시 보호제 등록을 하면 유통 경로에 참여하는 중간 참가자(유통업자, 도매업자, 소매업자 등)가 몇 명이더라도 소비자에게 해당 상품의 특질과 원산지를 정확히 알려줄 수 있다. 여기서 소비자가 얻을 수 있는 중요한 편익은 다음과 같다.

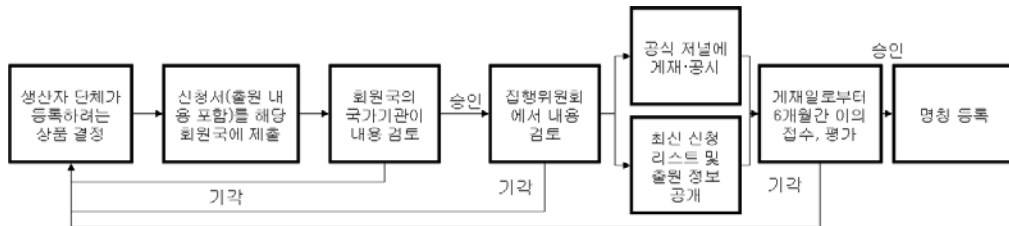
- ① 인증 라벨을 통해 해당 상품의 품질을 알 수 있다.
- ② 원산지와 특성(함유 성분 등), 전통적인 생산 방법에 대한 정보를 획득할 수 있다.
- ③ 해당 상품이 진품이라는 보증을 받을 수 있다.
- ④ 정확한 정보를 제공 받음으로써 혼란을 방지할 수 있고, 합리적인 구매 결정을 내릴 수 있다.

즉, 품질 라벨링은 구매 단계 전에 소비자에게 제품에 대한 다각적인 정보를 제공한다. 유럽연합 집행위원회가 유럽연합 시민을 대상으로 실시한 조사에서 공동농업정책(CAP) 실시의 중요한 효과 중 하나로 식품 안전성과 품질에 대한 신뢰도가 높아졌다는 결과가 이를 뒷받침한다.

6. 원산지 보호제와 지리적 표시 보호제 개정

2006년 3월 유럽연합은 기존의 Regulation (EEC) No 2081/92를 개정하였다(Regulation (EEC) No 510/2006). 주요 개정 사항으로는 유럽연합에 소속되지 않은 국가들에 대해서도 유럽연합 시스템을 직접 적용할 수 있도록 한 것을 들 수 있다. 이 경우에도 등록 절차는 동일하다.

그림 1 지리적 표시제 등록 절차



6.1. 개정 사항

Regulation (EEC) No 510/2006은 기존의 규정을 상당 부분 간소화했다. 예를 들어 과거에는 표시 등록을 하고자 하는 생산자 단체는 신청 양식을 회원국 정부에 제출을 하고, 회원국 정부가 이를 심사한 뒤 유럽연합 집행위원회에 제출하여 승인을 받았다. 개정안에서는 회원국이 유럽연합 규정에 따라 검토 및 최종 판정을 내릴 수 있다. 유럽연합 집행위원회는 출원에 필요한 사항의 검토에 관여하고 객관성을 높이고, 결정된 사항이 25개 회원국에 동일하게 적용되도록 한다.⁶⁾ 이러한 개정은 표시제 인증 과정과 기간을 단축하는데 기여할 것이다.

또한 WTO의 2005년 결정을 일부 반영하여, 제 3세계 국가의 생산자들도 유럽연합 집행위원회에 직접 등록신청을 할 수 있게 되었다.⁷⁾

6) 이 보고서는 2007년 1월 작성되어 불가리아와 루마니아의 신규가입이 포함되지 않았다.
 7) WTO 국제협약과 Regulation (EEC) No 2081/92의 12조 1항에 따라 특정한 경우에 제3국에서 생산된 농산물이나 농식품에 이 규정을 적용할 수 있다. 개정 이전에는 WTO 회원국이나 인증을 받은 제3국가 내 지리적 지역과 관련된 원산지 보호제·지리적 표시제의 등록 신청은 해당 지역이 속해 있는 국가의 관련 기관이 담당한다. Regulation (EEC) No 2081/92의 12a조 2항에 따르면, 제3국가가 요구 사항을 충족했다고 판단할 경우 해당 국가는 이 신청 양식을 집행위원회에 송부할 수 있다. 또한 Regulation (EEC) No 2081/92의 12b조 2항에 따르면 회원국·WTO 회원국·인증 받은 제3국가에 속해 있고, 명칭 등록과 합법적인 이해관계를 지닌 자연인이나 법인은 유럽 외부의 지리적 지역과 관계있는 명칭의 등록에 대해 반대할 수 있다.

6.2. 국가 인증기관의 역할

2006년 개정안의 의거하여 생산자 단체는 표시 등록 신청을 해당 국가 기관에 제출한다. 국가 기관은 제출된 출원 사항이 하자가 없는지를 검토하고, 관계된 회원국 내 이해집단은 이의를 표명할 수 있다. 요청 사항이 받아들여지면, 회원국 정부는 이를 유럽연합 집행위원회로 보낸다.

6.3. 유럽연합 집행위원회의 역할

회원국이 보낸 요구 사항을 검토하여 관련 규정에 합치되는지를 판단한다. 신청 내용에 하자가 없을 경우 해당 등록 신청에 관한 공지를 공식 저널에 게재한다. 집행위원회는 또한 이에 대한 이의 신청 역시 검토하고, 모든 과정에서 독립된 과학 자문위원회의 조언을 받는다.

6.4. 소요 기간

이전에는 집행위원회 차원의 검토 과정이 6개월 이내에 이루어졌다. 요구 사항이 복잡하거나 행정적인 처리(요구 내용의 번역 등) 및 추가적인 정보 수집 등까지 포함하면 최소 18개월이 소요된다. 2006년 개정 이후에는 불필요한 과정을 줄임으로써 이를 단축할 수 있게 되었다.

6.5. 타 생산단체의 사용 권한

원산지 표시제나 지리적 표시 보호제가 적용되는 지역에 있는 다른 생산단체도 인증 요건을 충족하면 해당 명칭을 사용하여 출하하는 것이 가능하다.

6.6. 인증 각하 및 취소

회원국이나 집행위원회에서 결격 사항이 있다고 판단한 경우에는 등록 신청을 각하할 수 있다. 다른 단체가 제시한 이의 사항이 합당한 근거가 있다고 판단하는 경우에도 등록된 명칭을 취소할 수 있다. 일반적으로 보호 대상으로 신청된 대상을 사용하는 제조업자들이 반대 의견을 제출하는 경우가 많다. 반대 의견을 제출하기

위해서는 다음과 같은 요건을 만족해야 한다.

- ① 해당 상품이 요구 조건을 충족하지 못했음을 증명할 수 있을 경우
- ② 해당 명칭이 일반 명칭(generic name)이어서 등록 자격이 없음을 증명할 수 있을 경우
- ③ 해당 명칭을 등록할 경우에 동일한 이름이나 상표를 사용하는 상품 전체·일부 또는 출판일로부터 5년 이전부터 합법적으로 시장에 출하되어 오던 상품에 위협을 가할 수 있음을 증명할 수 있을 경우

집행위원회에 반대 의견이 접수되면, 우선적으로 이 의견의 수용 여부를 판단하게 된다. 의견을 받아들이기 어렵다고 판단하면 이 반대 의견은 기각된다. 등록 과정은 정상적으로 진행되고, 6개월 동안의 반대 기간이 끝나면 상품 명칭은 등록된다.

하지만 반대 의견이 타당성이 있다고 판단할 경우 집행위원회는 이 사안을 해당 회원국에 전달하고, 쌍방이 만족할 수 있는 대안을 제시하도록 요구한다. 이를 ‘중재 과정(amicable procedure)’이라고 하고, 3개월 동안 지속된다. 이 기간 동안 적절한 결론을 도출하는 것은 회원국의 몫으로 남아 있다. 회원국이 합의를 도출하지 못하면, 집행위원회가 규제 위원회(the Regulatory Committee)를 통해서 결정을 내리게 된다.

7. 품질 로고

Regulation (EEC) No 2037/93은 원산지 보호제와 지리적 표시제에 관련된 유럽 연합 심볼을 정의함으로써, 등록 명칭에 가치와 공신력을 부여하는 한편 소비자들에게 정보를 제공하고 있다. 로고를 사용함으로써 생산자들은 자신들의 생산물에 대해 보다 잘 인식할 수 있고, 소비자들도 보다 신뢰를 가질 수 있다.

심볼 형태는 Regulation (EEC) No 2037/93의 부칙 규정에 따라야 한다. 심볼의

신뢰성을 높이기 위해, 회원국은 상품 라벨에 사용된 심볼을 검사한 기관의 이름을 요구하기도 한다. 로고 부착은 의무 사항이 아니었지만, 2009년 5월 1일부터는 의무적으로 부착하여야 한다.

그림 2 유럽연합의 품질 로고



8. WTO 규정을 반영한 품질 시스템 개방 적용

2005년 WTO는 유럽연합의 규정이 다자간 무역협상 규정에 어긋나서는 안 된다고 주장했다. 구체적으로 살펴보면 첫째, 제 3세계 국가가 호혜적 또는 동등한 입장에서 보호 신청을 해야 한다는 조항을 없애고, 둘째 제 3세계 관계 집단들이 집행위원회에 직접 신청을 하거나 이의 제기를 할 수 있도록 하는 것이 골자였다. 이 제안의 이행 마감 시한은 2006년 4월 3일이었다.

2006년 4월 31일부터 원산지 보호제·지리적 표시 보호제·전통 특산물 보증제를 신청하고자 하는 제 3세계 국가 관계자는 해당 국가를 거치지 않고 집행위원회에 직접 신청할 수 있게 되었다.

참고자료

http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual/quali1_en.htm (EU집행위원회 농업분과)

“Fact Sheet: “European policy for quality agricultural products” 발췌 정리