

вачі, зокрема віруючі, не асоціюють це позначення з релігією. Однак у справі були протилежні результати іншого соціологічного дослідження, а також висновки релігійного знавця, православних богословів та релігійних установ, на думку яких, релігійна символіка не підлягає реєстрації. При цьому важливим є не питання можливості використання спірного позначення, а оцінка

правомірності надання монопольного права на нього одній особі в комерційних цілях. Не приймаються і аргументи про зловживання правом подавця заперечення, який сам хоче торгувати вином з подібним позначенням, оскільки добросовісність суб'єкта не оцінюється у справах про протиріччя позначень суспільним інтересам.

Д.

Підготував Геннадій Андрощук

Війна за сир Грюер

Федеральний суд у США ухвалив, що сир під назвою Грюер можна виробляти будь-де, а не тільки в Швейцарії, де він виробляється з дванадцятого століття. Виробники оголошують війну за сир.

Сир Грюер є одним із символів Швейцарії. Бренд настільки відомий, що асоціація виробників навіть спонсорує великі спортивні змагання. Сировари інвестували мільйони у маркетинг, тому не дивно, що вони обурені рішенням суду США. Він став на бік американських сироварів, які стверджують, що Грюер можна виробляти будь-де, а не тільки в Європі. Крім Швейцарії група французьких виробників також має право називати свій сир цим ім'ям.

Швейцарці зарезервували багато параметрів свого сиру за межами бренду. Грюер повинен мати м'який, горіховий смак, а фруктові ноти мають домінувати. Крім того, злегка вологої консистенції, сир повинен слабо кришитися. Він повинен мати форму кола та важити від 25 до 40 кілограмів.

Згідно з швейцарськими керівними принципами, грюйер повинен вироблятися в регіоні навколо міста Грюер на заході Швейцарії, де цей сир виробля-

ється з дванадцятого століття. На подив швейцарських виробників у Сполучених Штатах, грюйер можна зробити де завгодно, згідно з ухвалою федерального суду після багаторічної юридичної битви.

В окружному суді Східного округу Вірджинії суддя Т.С. Елліс III написав у своїх міркуваннях: *«Хоч термін грюйер, можливо, колись розумівся як вказуючий на район виробництва сиру, факти ясно показують, що термін Грюер згодом став загальним для покупців сиру у Сполучених Штатах»*, повідомляє The New York Times. Відповідно до законодавства США, товарні знаки не можуть бути присвоєні родовим термінам.

Тим не менш, виробники грюєра стверджують, що їх сир не є типовим і що вони оскаржуватимуть рішення.

«У нас велика проблема», — сказав Філіп Барде, директор Interprofession du Gruyere, асоціації виробників. *«За допомогою цього рішення ви можете зробити маленький сир, великий сир, твердий сир, плавлений сир — і ви можете назвати «Грюер» для всіх видів сиру»*, — додає він.

Організація повідомляє, що сири, вироблені у Вісконсіні, наприклад, помічені як грюер, не мають абсолютно

нічого спільного зі смаком оригіналу.

Юридична фірма, що представляє інтереси The Interprofession du Gruyere, направила понад два десятки листів зі скаргами до продуктових магазинів, делікатесів та ресторанів, які продавали грюер з-за меж Європи. У листі в Zabar's, висококласний продуктовий магазин у Верхньому Вест-Сайді Манхеттена, компанія звинуватила компанію у хибній рекламі маркування сиру з Німеччини як грюер.

Європейський Союз стверджує, що прагне захистити назви конкретних продуктів з метою пропаганди унікальних особливостей, пов'язаних із їхнім географічним походженням. Сир Рокфор повинен надходити з Рокфор-сьюр-Союзон у Франції, Пармезан повинен надходити з італійських регіонів навколо міст Парма та Реджо, а фета має надходити з відповідних регіонів Греції.

Однак ті ж правила не застосовуються в Сполучених Штатах, де сири з маркуванням фета, мюнстер або пармезан можуть бути виготовлені будь-де. Рокфор, однак, має бути зроблений у Франції. І Європейський Союз не може завадити європейським країнам, окрім Швейцарії та Франції, продавати сир Грюер у Сполучених Штатах. У період з 2010 по 2020 рік Сполучені Штати імпортували більше сиру під назвою Грюер з Нідерландів та Німеччини, ніж зі Швейцарії та Франції, згідно з даними Міністерства сільського господарства США. Принаймні, 30 років американські сировари використовують маркування «grueire» для сирів з таких країн, як Данія, Єгипет і Туніс.

Французький Грюер, але тільки з отворами. Сир Грюйер, вироблений у

Франції, може зберегти цю назву, поруч із оригіналом зі Швейцарії, але повинен мати дірки, визначила Єврокомісія.

«Пропозиція Європейської комісії зареєструвати назву «Грюер» як продукт географічного походження (Indication Geographique Protégée, IGP), що охороняється, отримала позитивну оцінку з боку відповідного комітету експертів», — сказав AFP Роджер Уейт, представник сільськогосподарського відділу.

«Це зелене світло буде офіційно підтверджено виконавчим указом, який буде опубліковано найближчим часом», — додав він.

Французькі виробники перемогли, бо досі лише сир, виготовлений у Швейцарії, міг носити цю назву у рамках двосторонньої угоди між Швейцарією та Європейським Союзом. Однак, на відміну від оригінального продукту, що має однорідну консистенцію, французький Грюер повинен мати отвори розміром від гороху до вишні. Щоб уникнути плутанини між двома сирами, згадка про французьке походження сиру має бути в тому ж полі зору, що й назва «Грюер», і в буквах того ж розміру, що й назва сиру, сказав Уейт.

Французьким виробникам також доведеться уникати розміщення герба Савої на своєму упакуванні, щоб не викликати плутанину та можливу плутанину зі швейцарським національним прапором. Будь-який прапор або емблема, які можуть заплутати споживачів, будуть заборонені та покарані.

Брюссель приймав усі рішення після консультацій зі швейцарцями. Виробники молочної продукції з Австралії, Нової Зеландії та США виступили проти надання французам статусу IGP.

Джерела:

Amerykańsko-szwajcarska wojna o ser Gruyere - [rp.pl](https://www.rp.pl)
Francuski Gruyere - ale tylko z dziurami.



Підготував Геннадій Андрощук