

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра гражданского права и процесса

Бубнова Инна Вадимовна

**Правовая охрана наименования места происхождения товара
и географического указания в Российской Федерации**

направления подготовки 40.03.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского

Автореферат бакалаврской работы

Научный руководитель
доцент кафедры гражданского
права и процесса, к.полит.н.

_____ М.К. Ананьева

Зав. кафедрой гражданского
права и процесса, к.ю.н., доцент

_____ Е.Н. Тогузаева

Саратов

2022 год

Во введении отражена актуальность выбранной темы. Обладая богатым природно-климатическим разнообразием, а так же значительным культурно-историческим потенциалом, Россия образует изобильный рынок товаров и услуг, которые зачастую отличаются особой уникальностью. Обусловленное местом изготовления исключительное качество способствует укреплению репутации за определенным товаром и его производителем, увеличивая тем самым на него спрос среди аналогичной продукции, что повышает престиж национальных брендов как внутри государства, так и на уровне внешней торговли.

Относительно недавно в гражданско-правовой доктрине появилась концепция продвижения региональных брендов путем введения в законодательство новых объектов интеллектуальной собственности – «наименования мест происхождения товара» и «географические указания».

Актуальность исследования продиктована недавними изменениями в Российском законодательстве, в частности, принятием Федерального закона от 26.07.2019 № 230-ФЗ «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» и статьи 1 и 23-1 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции». Новые положения гражданского законодательства объединило понятием «Географическое указание», которое прежде предусматривалось и охранялось только международными актами.

Российская Федерация также ратифицировала несколько международно-правовых актов, активно вступая в международные организации, например во Всемирную Торговую Организацию. В связи с этим, у нашего отечества возникли по соблюдению требований «Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности» (ТРИПС/TRIPS). Кроме того, принят, но еще не вступил в силу Федеральный закон от 30.12.2021 N 450-ФЗ "О присоединении Российской Федерации к

Женевскому акту Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях", который направлен на повышение уровня охраны и защиты региональных брендов, создание новых возможностей для экономического развития регионов и поддержки местных производителей, а также на обеспечение дальнейшей интеграции Российской Федерации в глобальные системы охраны объектов интеллектуальной собственности.

Степень научной разработанности темы исследования. Вследствие относительной новизны предмета настоящего исследования научно-теоретическая база, посвященная анализируемым объектам, имеет довольно слабую изученность. На настоящий момент существуют лишь единицы современных комплексных исследований, посвященных правовому регулированию средств индивидуализации, содержащих указания на географические обозначения, в отечественном законодательстве. Большинство научных исследований затрагивает изучение всех видов средств индивидуализации в целом, либо некоторые отдельные из них, что обусловлено их более ранним опубликованием в сравнении с недавним совершенствованием закона.

Некоторые аспекты проблематики, затронутые в абзаце, посвященном актуальности исследования, выносились и анализировались такими авторами как Шахназарова Э.А., В.И. Еременко, О.А. Городова, Ю.Т. Гульбина, Э.П. Горленко, С.В. Зыков, статьи руководителя Роспатента П.П. Ивлиева.

Объектом исследования являются общественные отношения, складывающиеся по поводу охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний в Российском законодательстве.

Предметом исследования являются нормы национального законодательства Российской Федерации, регулирующие отношения, возникающие в сфере охраны средств индивидуализации, содержащих указание на географическое происхождение товаров; а также научные статьи, диссертационные исследования.

Цель исследования – проанализировать гражданское законодательство на уровень эффективности и целесообразности действующей системы охраны «наименований мест происхождения товара» и нововведенных «географических указаний» как средств индивидуализации товара.

Задачи исследования:

- рассмотреть проблему соотношения и разграничения понятий “наименование места происхождения товара”, “географического указания”, указания происхождения на основе анализа нормативно-правовых актов;
- проанализировать существующие пробелы правового регулирования в сфере предоставления исключительных прав на географические обозначения;
- раскрыть содержание субъектного состава прав на ГУ и НМПТ;
- изучить мнения авторов научных исследований по поводу принадлежности прав на ГУ и НМПТ тем или иным субъектам права.

Бакалаврская работа состоит из двух глав.

Первая глава получила название «Наименование места происхождения товара и географическое указание как средства индивидуализации товара» и раскрывает соотношение понятий географического указания, наименования места происхождения товара, а так же содержание и суть понятий «особые свойства» и «определенное качество» товара.

Вторая глава названа «Исключительные права на наименование места происхождения товара и географическое указание». Она содержит параграфы, посвященные содержанию исключительных прав на наименование места происхождения товара и географическое указание, а так же их субъектный состав.

Основное содержание работы. Первая глава «Наименование места происхождения товара и географическое указание как средства индивидуализации товара» посвящена анализу соотношения понятий указанных объектов права интеллектуальной собственности, а так же содержание и суть понятий «особые свойства» и «определенное качество» товара. В соответствии с Гражданским кодексом РФ средства индивидуализации вследствие недавних изменений включают в себя два, на первый взгляд, схожих между собой объекта интеллектуальной собственности, объединенных главным образом связью с географическим фактором их происхождения. Так, в данной отрасли права выделяются понятия «наименование места происхождения товара» (далее – НМПТ) и «географические указания» (далее – ГУ), первое из которых существует в гражданском обороте 30 лет, в ходе которых претерпевало некоторые изменения.

В параграфе 1.1. «Соотношение понятий географического указания, наименования места происхождения товара» главы 1 «Наименование места происхождения товара и географическое указание как средства индивидуализации товара» исследуется сущность охраняемых средств индивидуализации товара, проводится сравнительный анализ их понятий, а так же хронология изменений, произошедших в ходе внесения поправок в закон.

Установлено, что данное понятие представляет собой словесное обозначение одного товара или различных видов товара. Классическим примером одного товара с зарегистрированным наименованием места происхождения является минеральная вода, на долю которой в России приходится более половины от общего количества зарегистрированных НМПТ, в то время как отдельные виды товаров промышленного и ремесленно-кустарного производства, охватываемые одной регистрацией наименования места происхождения товара, могут насчитывать несколько десятков изделий.

В работе отмечается, что в 2020 году Федеральным законом от 26.07.2019 № 230-ФЗ были внесены изменения в ГК РФ, в результате которого в качестве второго самостоятельного средства индивидуализации было введено географическое указание товара.

Эта инициатива пояснялась тем, что практика применения норм в области НМПТ выявила значительные проблемы в национальном правовом регулировании, что не позволяло в полной мере реализовывать весь потенциал, заложенный в действующем объекте. Из предпосылок внешне-государственного характера в Пояснительной записке к проекту выше названного Федерального закона указываются членство Российской Федерации во Всемирной торговой организации, а также урегулирование вводимых положений в рамках Договора о Евразийском экономическом союзе.

Географическое указание трактовалось законодателем как «обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара)». Разграничивающим признаком между данным средством индивидуализации и сосуществующим с ним НМПТ является стадийность производства товара. Иначе говоря, основным различием между этими схожими между собой системами качества служит степень связи происхождения товара с определенной территорией. Для НМПТ теперь характерна более прочная связь, так как его понятие подразумевает осуществление на территории одного географического объекта всех стадий становления продукта, которые оказывают особое влияние на его свойства.

Выявляя отличия между анализируемыми понятиями, уделяется внимание их содержательной стороне, которая придает объектам права уникальность и приоритет среди аналогичных товаров. Речь идет о том, что и НМПТ, и ГУ предполагают наличие определенных свойств

товара, определяемых местом изготовления. Для регистрации обозначения в качестве ГУ, товары должны обладать качеством, репутацией или иными характеристиками, достаточными для того, чтобы у потребителей возникла конкретная ассоциация в отношении товара, происходящего с определенной территории. С требованиями к свойствам товара, регистрируемого в качестве наименования мест происхождения товара гораздо сложнее: важным условием является заключение о наличии в товаре особых свойств, который отличает его от других товаров.

В ходе анализа среди проблем, выявленных в понятийном аппарате правовых актов, научной доктриной выделяется то, что не устанавливается четких требований относительно того, какой порядок и какое содержание допустимы в формулировке обозначения. В качестве решения данной проблемы предлагается закрепление четкого словосочетания, состоящего из двух слов: прилагательное географического характера и категория товара, а так же определить в каком числе будет такое словосочетание.

Результат анализа позволил сделать вывод, что по действующему российскому законодательству НМПТ свидетельствует о высоких качественных характеристиках товара, а ГУ - о его хороших свойствах и высокой репутации.

В параграфе 1.2. «Особые свойства и определенное качество товара как ключевые признаки наименования места происхождения товара, географического указания» раскрывается суть отличительной особенности исследуемых средств индивидуализации, на которую указывает название параграфа. Отмечено, что смысл их правоприменения имеет место быть только в том случае, если широкой общественности известно представление об изготовителе и высоком качестве товара, а так же если охраняемый географическим обозначением объект ассоциируется с традициями и престижем определенного региона.

В исследовательской работе указывается, что закон различил географические обозначения по двум схемам качества товара. Для

наименования мест происхождения товара обязательным «титолом» узнаваемости и престижа выделено понятие «особые свойства», а для географических указаний – «определенное качество, репутация или другие характеристики».

Гражданский кодекс РФ не раскрывает подробного значения этих признаков: в статье 1516 указывается лишь то, что определенное качество, репутация и другие характеристики в значительной степени должны быть связаны с географическим происхождением, а особые свойства - исключительно определяться характерными для упоминаемого в наименовании географического объекта природными условиями и людскими факторами. То есть это такие качества, которые отличают определенный продукт от однородных товаров, производимых за пределами границ определенной географической территории, либо которые делают товар уникальным, если до этих пор продуктов данной категории не производилось.

Для регистрации ГУ требование предполагает, что товар может и вовсе не обладать уникальными свойствами, быть похожим на аналогичные или даже повторять их, но при этом иметь некую репутацию и на этом основании законно претендовать на правовую охрану. Таким образом, «определенное качество» не означает высокое и передовое, то есть можно получить охрану в отношении товара, который заметно уступает по качеству конкурентам, которые не обладают значительной репутацией или иной связью с регионом.

Объединяются все вышеперечисленные свойства и качества тем, что они должны быть обусловлены привязкой к определенному географическому расположению производства товара. В случае с НМПТ особые свойства формируются благодаря природно-климатическим условиям региона, устоявшимся культурными традициями населения, специфика которых закладывается в разработку изделия и порождает в результате особо ценные свойства. Географические указания, в отличие от выше рассмотренного

НМПТ, подразумевают, что в качестве требований к определенным качествам и репутации достаточно лишь наличия их значительной связи с происхождением.

Чтобы связь между особыми свойствами и географией происхождения товара имела более прочный характер, законодатель акцентирует внимание на том, чтобы производство уникального продукта, находящегося под стражей НМПТ, осуществлялось категорически в пределах соответствующей территории, включая все стадии, существенно влияющие на формирование таких свойств. Иначе говоря, недопустимо отделять добычу сырья и финальные стадии выпуска изделия и осуществлять их в разных регионах.

Для ГУ закон обязывает осуществлять в границах определенной территории не все стадии, а лишь существенно влияющую на формирование определенных качеств продукта. Однако законодатель не конкретизировал значение понятия “существенно влияющей стадии” на характеристики товара. Таковой, с точки зрения технологии производства, может признаваться и добыча сырья, и финальные этапы разработки изделия.

Роспатент так же уточняет, в чем должна быть выражена связь характеристик товара с местом его происхождения и соответствующими природными условиями для регистрации географических указаний, приводя пример с минеральными водами, качество которых обусловлено такими факторами как «геолого-структурные, геотермические, гидрогеологические и геохимические условия, которые определяют закономерности пространственной локализации данной минеральной воды, ее ионно-солевой и микроэлементный состав и другие показатели».

Географическое указание занимает промежуточное положение между указанием происхождения, которое не гарантирует качество товара, являясь простым обозначением местопребывания производителя или торговца, и наименованием места происхождения товара, качество которого уникально благодаря природным и (или) людским факторам, присущим тому или иному географическому объекту. Для предоставления правовой охраны

географическим указаниям требуются определенные качественные характеристики товара, но не доходящие до пределов уникальности, как в случае с наименованиями мест происхождения товаров.

Параграф 2.1 главы второй «Исключительные права на наименование места происхождения товара и географическое указание», именуемый «Содержание исключительных прав на наименование места происхождения товара и географическое указание», содержит в себе состав исключительных прав на данные объекты интеллектуальных прав.

В ходе исследования был выявлен перечень способов использования исследуемых средств индивидуализации: устанавливается, что субъект права может использовать зарегистрированное обозначение, к примеру, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках, бланках, счетах, иной документации и в печатных изданиях, связанных с введением товаров в гражданский оборот, в объявлениях, на вывесках в рекламе, в сети Интернет, в том числе в доменном имени. Т.е. в целом содержание правомочия использования соответствует праву использования прочих средств индивидуализации, предусмотренных гражданским законодательством. Закон запрещает использовать географическое указание и НМПТ лицам, которые не имеют соответствующего свидетельства, даже если при этом указано подлинное место, где появился товар, или указание используется в переводе или в сочетании со словами «род», «имитация», «тип» и иными подобными словами. Также не допускается использовать сходные обозначения, способные ввести потребителей в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара. Товары, этикетки, упаковки товаров, на которых были незаконно использованы географические указания или обозначения, сходные с ними до степени смешения, являются контрафактными. Особенностью права на ГУ (НМПТ) является то, что в соответствии с п. 4 ст. 1229 ГК самостоятельные исключительные права на одно и то же средство индивидуализации (ГУ, НМПТ) могут одновременно принадлежать разным лицам.

Отмечается так же, что содержание исключительных прав на анализируемые средства индивидуализации отлично от содержания по общей норме лишь запретом распоряжаться исключительным правом: то есть отчуждение или предоставление другому лицу права использования этого географического указания, наименования места происхождения товара, а также переход исключительного права на географическое указание без заключения договора прямо запрещены Кодексом.

Запрещается так же использование зарегистрированного ГУ (НМПТ) лицами, не имеющими соответствующего свидетельства. Например, использование обозначения ГУ или НМПТ, а так же производство и сбыт продукции под такими обозначениями могут быть признаны незаконными, если срок действия свидетельства на соответствующее исключительное право истек, а правообладатель не предпринял дальнейший действий по продлению этого права.

В качестве меры возмещения ущерба правообладатель вправе на свое усмотрение требовать от нарушителя компенсацию, а так же требовать изъятия и уничтожения за счет правонарушителя контрафактного товара, этикеток, упаковок товаров, на которых было размещено используемое незаконно указание или обозначение, сходное с ним до степени смешения.

Если же введение таких товаров в оборот было обусловлено общественными интересами, то правообладатель может требовать удаления за счет средств правонарушителя с данных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого указания или обозначения, сходного с ним до степени смешения.

В заключении отметим, что единственным правомочием правообладателя наименования места происхождения товара является право его использования. Поэтому вполне обоснованно заключение о том, что лично наименования мест происхождения товаров не принадлежат ни государству, ни изготовителю. В связи с этим, многими исследователями в области права интеллектуальной собственности «исключительные права —

это ослабленные абсолютные права», «понятие исключительного права включило в себя наряду с абсолютными и квазиабсолютные права, когда право на один и тот же объект принадлежит самостоятельно и независимо нескольким лицам». «Они не устанавливают конкретной связи между двумя лицами (как относительные), а обращены к неопределенному кругу обязанных лиц, но их особенность заключается в том, что этот круг обязанных лиц все-таки может быть ограничен».

Параграф 2.2. «Субъекты исключительных прав на наименование места происхождения товаров, географическое указание» главы второй раскрывает перечень субъектов права на ГУ и НМПТ.

В соответствии с п. 1 ст. 1518 ГК РФ обладателями права использования наименования географического указания и места происхождения товара могут быть юридические лица или граждане. Исключительные права могут быть зарегистрированы одним либо несколькими гражданами, одним либо несколькими юридическими лицами, а также ассоциацией (союзом) или иным объединением лиц, создание и деятельность которого не противоречат законодательству страны происхождения товара.

В исследовании отмечается, что НМПТ идентифицирует товары, многие из которых изготавливаются кустарным способом (например, Вологодское кружево, Гжель, Хохлома, Жостово). Как правило, кустарное производство представляет собой мелкосерийное производство с применением ручного труда, первоначальной целью такого производства является удовлетворение нужд собственного хозяйства кустарей, и уже в следующую очередь - реализация изготавливаемого товара на рынке.

Изготовление кустарным способом товаров, обладающих особыми свойствами, может не иметь систематический характер и осуществляться не в коммерческих целях, а для удовлетворения личных нужд мастера и его окружения. Для осуществления такого рода деятельности не требуется получение статуса индивидуального предпринимателя. Поэтому под

гражданами – обладателями права использования НМПТ в ст. 1518 ГК РФ понимаются как физические лица, так и физические лица, имеющие статус индивидуального предпринимателя.

В связи с этим нельзя согласиться с выводом о том, что «правообладателями исключительного права на НМПТ и товарный знак в соответствии с требованиями закона могут быть не любые физические лица, а лишь имеющие статус индивидуального предпринимателя, либо юридические лица - профессиональные участники гражданско-правовых отношений».

Субъектом права на НМПТ может являться только производитель. Данное обстоятельство, как показывает практика Роспатента, является препятствием для регистрации зарубежных НМПТ, субъектами прав на которые на территории своей страны являются ассоциации, консорциумы, не являющиеся производителями товара, обладающего особыми свойствами, но действующие в интересах производителя и потребителя. Такие организации, учреждения, консорциумы, ассоциации, объединения выполняют финансовую поддержку, контроль за поддержанием и соблюдением особых свойств товара, охранительную функцию и функцию по продвижению товара и деятельности его производителя и одновременно являются обладателями охранных документов на зарегистрированные на территории своей страны PDO (Protected Designation of Origin), соответствующие регламентированному российским законодательством НМПТ, и PGI (Protected Geographical Indication), понимаемому как квалифицированное указание происхождения (географическое указание).

С учетом существующих формулировок упомянутых выше норм многие названия товаров, поступающих на российский рынок из-за рубежа и обладающих особым качеством и репутацией, могут не получить правовую охрану на территории России, что создает определенные сложности в обеспечении защиты от подделок и недобросовестного использования этих названий.

Несмотря на ограничительные требования российского законодательства, регистрирующий орган признает необходимость регистрации НМПТ, охраняемых за рубежом, вне зависимости от того, является ли субъект права производителем или нет.

Таким образом, обладателями права использования наименования географического указания и места происхождения товара могут быть юридические лица или граждане.

В заключении подведены итоги и отражены выводы, сделанные в результате выполненного исследования.