

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

БАКАЛАВРИАТ

КАФЕДРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРАВА

Курсовая работа

«Географическое указание и наименование места происхождения товара»

Выполнена студенткой 3 курса 309 группы
Тюниной Марией Игоревной

Научный руководитель:
кандидат юридических наук, доцент
Афанасьева Екатерина Геннадиевна

Дата сдачи: _____
Дата защиты: _____
Оценка: _____

Москва, 2020.

Содержание.

Введение.....	2
§1 Наименование места происхождения товара как средство индивидуализации.....	4
§1.1 Наименование места происхождения товара в системе средств индивидуации в Российской Федерации	4
§1.2 Наименование места происхождения товара в зарубежных правопорядках.	11
§2. Географическое указание как средство индивидуализации.	16
§2.1 Географическое указание как новый объект интеллектуальной собственности в законодательстве РФ и его основные отличия от наименования места происхождения товара.	16
§2.2 Географические указания в зарубежных правопорядках.	24
Заключение.	30
Библиографический список.	32

Введение.

27 июня 2020 года вступил в силу Федеральный закон от 26 июля 2019 г. N 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". Данным законом в системе средств индивидуализации был закреплён новый для России институт – географическое указание (ГУ).

На первое апреля 2021 года в России 6 зарегистрированных географических указаний, 3 из которых приходятся на Краснодарский край: «Ейская» - лечебная грязь, «Кубань» - вино и вина игристые, «Мацеста чай». Кроме того, регистрацию получили «Шуйское мыло», «Воронежское мороженное» и «Корейский красный женьшень», страной происхождения последнего является Республика Корея, таким образом, было зарегистрировано и первое иностранное ГУ.

Новое для российского правопорядка средство индивидуализации призвано способствовать развитию региональных брендов, повышению их узнаваемости и конкурентоспособности. Продвижение локальных брендов позволит привлечь дополнительные доходы и сохранить региональные уникальные производств».

Однако на данный момент уже существует средство индивидуализации, подчеркивающее связь товара с определённой территорией – наименование места происхождения товара (НМПТ), которое, однако, не пользуется интересом у производителей¹. Можно ли считать, что географическое указание способно восполнить пробелы в правовой охране товаров, обладающих связью с определённой территорией? Является ли новый институт необходимым на сегодняшнем этапе развития законодательства и

¹ Подробнее об этом см. § 2.1

экономики? Были ли адаптированы подходы зарубежных правовых порядков при введении географического указания в российское законодательство? Данные вопросы будут рассмотрены ниже в работе.

Хотя актуальность данной работы прежде всего связана с введением географического указания в систему средств индивидуализации, работа начинается с рассмотрения НМПТ, поскольку на данный момент НМПТ является устоявшимся институтом с более обширной доктринальной базой и законодательной практикой.

§1 Наименование места происхождения товара как средство индивидуализации.

§1.1 Наименование места происхождения товара в системе средств индивидуации в Российской Федерации.

С 1992 года по февраль 2020 года в РФ зарегистрировано 232 наименования мест происхождения товара (НМПТ), за 11 месяцев 2020 года было подано 105 заявок на регистрацию, при этом, например, для товарных знаков, эта цифра составила 65 817 заявок². С чем же связан низкий интерес в регистрации НМПТ для производителей?

Прежде всего стоит отметить достаточно жесткие условия регистрации НМПТ. Во-первых, на территории географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, которые влияют на формирование его особых свойств; во-вторых, для регистрации требуется заключение уполномоченного органа; в-третьих, иностранные правообладатели могут получить охрану своих обозначений, только если они охраняются в качестве НМПТ в стране происхождения товаров. Кроме того, исключительное право на использование НМПТ может быть предоставлено любому лицу, производящему в данной местности товары, которые обладают аналогичными свойствами. Такие лица могут присоединиться к регистрации, поэтому в доктрине говорят о коллективной монополии правообладателей и «квазиабсолютном» праве на НМПТ³. Поэтому многие производители останавливают свой выбор на регистрации товарного знака. К тому же обозначение товарного знака могут включаться топонимы, если они не

² XXIV Международной конференции Роспатента «Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях». Секция «Географическое указание как новый объект Гражданского кодекса Российской Федерации. Последние изменения законодательства в части НМПТ» // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/24-international-conference-15-20102020>

³ Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г., Афанасьева Е.А. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности: правовые вопросы: учебное пособие / отв. ред. Е.В. Алферова. М.: РАН ИНИОН. Центр социальных научно-информационных исследований. Отдел правопедения, 2016. 152 с. // СПС «Консультант Плюс»

воспринимаются как указание на место происхождения и не происходят с указанной территории, например, "Северный полюс" в отношении мороженого⁴. В РФ не предусматривается охрана услуг в качестве ГУ, однако для их индивидуализации может быть использован товарный знак, что также повышает интерес производителей в регистрации именно этого средства индивидуализации.

Товар, для которого регистрируется НМПТ, должен обладать особыми свойствами. В литературе отмечается проблема доказывания этих свойств. Абз. 2 п.1 ст. 1516 ГК закрепляет положение о формировании особых свойств товара: они должны определяться характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. Э.П. Гаврилов и Е.А. Данилина отмечают, что эта норма свидетельствует о «раздвоении» истоков возникновения особых свойств товара: это могут быть и природные ресурсы, и людские факторы. Однако те особые свойства, которые связаны в большей степени с людским фактором, не обладают достаточной чёткостью и ясностью⁵. Так, к особым свойствам товара, указанным в свидетельстве о регистрации НМПТ «Жостово» относятся *«традиционная технология»*, сочетание *«определенной последовательности»* приемов, *«высокое мастерство»* и т.д. В данном случае указанные свойства не позволяют отличить товары под НМПТ «Жостово» от аналогичных товаров другого производителя и не дают нам представление об их уникальности и неповторимости.

Одной из сложностей при регистрации НМПТ являлась необходимость получения заключения уполномоченного органа, о том, что в границах данного географического объекта производится товар, отвечающий всем необходимым требованиям.

Зачастую производители сталкиваются с отказом в выдаче заключения. Так, например, суд отклонил требования заявителя об оспаривании отказа в

⁴ Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г. "Откуда дровишки?", или Риски монополизации топонимов // Предпринимательское право. 2019. № 2. С. 37 - 41. – стр. 38.

⁵ Гаврилов Э.П., Данилина Е. А. Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров // СПС «Консультант Плюс»

выдаче заключения Министерством сельского хозяйства РФ в целях регистрации НМПТ «Осетинские пироги». Суд указал, что обозначение «осетинские пироги» вошло во всеобщее употребление, и стало обозначением товара определенного вида, следовательно утратило непосредственную связь с местом производства⁶. Поэтому, на основании п. 2 ст. 1516 ГК РФ, запрещающей регистрацию в качестве НМПТ объекта, вошедшее во всеобщее употребление, в выдаче заключения было отказано.

Проблема также состояла в том, что при отсутствии уполномоченного федерального органа невозможно было получить соответствующее заключение. В литературе отмечалось, что не для всех видов товаров, которые могли быть потенциально индивидуализированы НМПТ был закреплен соответствующий орган. Например, не было понятно к кому обращаться в случае регистрации лечебной грязи⁷.

8 августа 2020 года было принято Постановление Правительства Российской Федерации №1195 "О федеральных органах исполнительной власти, уполномоченных выдавать заключения, необходимые для государственной регистрации наименования места происхождения товара и осуществления юридически значимых действий в отношении зарегистрированного наименования места происхождения товара, и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации". Состав уполномоченных федеральных органов не изменился, но Министерство здравоохранения получило дополнительное полномочие по выдаче заключения отношении лечебной грязи, а Министерство промышленности и торговли – в отношении музыкальных инструментов.

Роспатент также разъяснил, что при отсутствии в перечне соответствующего уполномоченного федерального органа исполнительной

⁶ Решение АС города Москвы от 19 апреля 2018 г. по делу № А40-256512/2017 // URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/5AGM2mJvIaJ1/>

⁷ Рузакова О.А., Гринь Е.С. Вопросы развития правового регулирования отношений, объектом которых выступают географические указания // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2018. N 4. С. 685 - 699. – стр. 689.

власти, заключение может выдаваться уполномоченной организацией или органом исполнительной власти субъекта⁸.

Как было сказано выше, для правообладателей НМПТ главным недостатком является то, что другие лица, производящие аналогичный товар на этой же территории, имеют возможность подать заявку на использование зарегистрированного ранее НМПТ, т.е. исключительное право не является абсолютным. Регистрация же товарного знака предоставляет производителю абсолютное правообладание, поскольку исключительное право на товарный знак принадлежит одному лицу. Однако товарный знак обладает более узкой правовой охраной, поскольку она распространяется только в отношении однородных товаров (исключение составляют общеизвестные товарные знаки, правовая охрана которых распространится и на неоднородные товары, если у потребителей будет возникать ассоциации именно с данным общеизвестным знаком).

П 7 ст. 1483 ГК РФ предусматривает, что в качестве товарного знака не могут быть зарегистрированы в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с НМПТ (в новой редакции и с ГУ), а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака. Одновременно другой статьей, п. 3 ст. 1519, закрепляется, что незаконным использованием НМПТ и ГУ является использование сходного с зарегистрированным географическим указанием обозначения для любых товаров, *способного ввести потребителей в заблуждение относительно места происхождения товара или характеристик товара*. Вторая формулировка позволяет распространять охрану НМПТ в отношении не любых товаров, а только тех, которые способны ввести потребителя в заблуждение.

Норма статьи 1483 ГК порождает ряд столкновений товарных знаков и НМПТ. Показательной является практика СИПа по делам о товарных знаках,

⁸ Руководство по регистрации и предоставлению исключительного права на географическое указание и наименование места происхождения товара // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/documents/ruc-gu-nmpt/download>

которые были признаны сходными с НМПТ «РУССКАЯ ВОДКА». Так, например, было отказано в регистрации товарного знака «РУССКАЯ ЗДРАВНИЦА» в связи с тем, что оно является сходным с НМПТ «РУССКАЯ ВОДКА». Суд указывает, что при проверке на наличие сходств товарного знака с зарегистрированным НМПТ (или с обозначением, только заявленным на регистрацию в качестве НМПТ) используются признаки, приведенные в пункте 42 Правил⁹, при этом, согласно п. 47 Правил, *вопрос однородности товаров не исследуется*. Суд учитывает, в отношении каких элементов имеется сходство (звуковое, графическое и смысловое) - сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения, поэтому важным этапом анализа является установление основного идентифицирующего элемента.

В сходном деле об отказе в регистрации товарного знака «Русское наследие» СИП указал, что элемент «водка» является наименованием вида товара, для которого зарегистрировано НМПТ. Основным же дифференцирующим словесным элементом в данном словосочетании товара является прилагательное «Русская»¹⁰.

Аналогично было отказано в регистрации товарных знаков «RUSSIAN VALUE¹¹», «RUSSIAN BEAR¹²», «РУССКИЙ ХАРАКТЕР¹³». Таким образом, в судебной практике сформировался подход, согласно которому совпадение даже в отношении одного слова достаточно для вывода о сходстве НМПТ с товарным знаком и признания его правовой охраны недействительной. Такой подход создает потенциальную угрозу для многих известных товарных знаков, например, существует НМПТ «Московская» и товарные знаки

⁹ Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков (утв. приказом Министерства экономического развития РФ от 20 июля 2015 г. N 482) // СПС «Гарант»

¹⁰ Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 2 декабря 2016 г. N C01-997/2016 по делу N СИП-315/2016 // СПС «Консультант Плюс»

¹¹ Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 26 ноября 2018 г. N C01-873/2018 по делу N СИП-147/2018 // СПС «Консультант Плюс»

¹² Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11 июня 2020 г. N C01-281/2020 по делу N СИП-611/2019 // СПС «Консультант Плюс»

¹³ Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24 января 2020 г. N C01-1124/2019 по делу N СИП-358/2019 // СПС «Консультант Плюс»

«МОСКОВСКИЙ КАРТОФЕЛЬ», «МОСКОВСКАЯ ОПЕРЕТТА» и «МОСКОВСКАЯ БИРЖА»¹⁴.

Иной подход, однако, демонстрирует СИП при определении сходства товарного знака обозначения «АЛТАЙСКИЙ СТАНДАРТ» и НМПТ «АЛТАЙСКИЙ МЁД». При рассмотрении данного дела суд указывает, что сравниваемые обозначения *не являются тождественными*, т.к. не все их элементы являются сходными. При анализе по графическому и фонетическому критерию, совпадением является только одно слово - «алтайский». Слово «алтайский» в обоих словосочетаниях является зависимым от слов «стандарт» и «мед», поэтому оно не несет самостоятельную смысловую нагрузку. Логическое ударение падает на существительное, поскольку прилагательное, по правилам русского языка, зависит от существительного. При этом семантическое значение слов «мед» и «стандарт» различное, следовательно совпадения в товарном знаке и НМПТ не наблюдается.

Кроме того, суд указал, что существенное значение имеет факт намеренного исключения предпринимателем из перечня производимой продукции таких категорий товаров как «мед; молочко маточное пчелиное; прополис». Тем самым производитель не допускает возможности введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, маркированных данным спорным обозначением. Суд пришел к выводу о несостоятельности вывода Роспатента об опасности смешения обозначения и НМПТ лишь потому, что оба производителя поставляют продукты питания - товары широкого потребления, в группу которых входит мёд¹⁵. Данный подход суда представляется более логичным, поскольку он устанавливает границы правовой охраны НМПТ, не позволяя им необоснованно расширяться.

¹⁴ XXIV Международной конференции Роспатента «Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях». Секция «Географическое указание как новый объект Гражданского кодекса Российской Федерации. Последние изменения законодательства в части НМПТ» // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/24-international-conference-15-20102020>

¹⁵Решение Суда по интеллектуальным правам от 24 марта 2020 г. по делу N СИП-645/2019 и Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 6 июля 2020 г. N C01-698/2020 по делу N СИП-645/2019 // СПС «Консультант Плюс»

Таким образом, мы видим, что законодатель устанавливает довольно строгие условия регистрации НМПТ. При этом, если соблюдение требования о выполнении всех стадий производства в рамках территории географического объекта возможно оценить объективно, то *суждение о наличии особых свойств товара представляет собой субъективную оценку*, что порождает проблемы регистрации НМПТ и присоединения к уже зарегистрированному НМПТ. Для производителя, не вникающего в тонкости правовой охраны средств индивидуализации, регистрация товарного знака мыслится более удачной, поскольку предполагает абсолютное правообладание исключительным правом на товарный знак. В августе 2020 года была разрешена одна из проблем при регистрации НМПТ, а именно невозможность определения уполномоченного государственного органа на выдачу заключения. Данный пробел призваны закрыть исполнительные органы субъекта. На сегодняшний день существует коллизия товарного знака и НМПТ, что подтверждается рядом дел, рассмотренных в Суде по интеллектуальным правам: суд признает совпадение даже в отношении одного слова достаточным для вывода о сходстве НМПТ с товарным знаком и признания правовой охраны последнего недействительной.

§1.2 Наименование места происхождения товара в зарубежных правопорядках.

Сложность в сравнительном анализе международного законодательства состоит в том, что существует неопределённость в связи с употреблением терминов «указания происхождения», «географические указания», «наименования мест происхождения товаров». Данная терминология, не унифицированная на международном уровне, ведет к нечеткому разграничению понятий имплементации норм в национальных законодательствах и, как результат, терминологической путанице в доктрине¹⁶.

Во многих случаях невозможно рассмотреть регулирование НМПТ в отрыве от ГУ, поэтому в данной главе, хоть акцент и будет поставлен на НМПТ, они будут рассматриваться в комплексе с указаниями происхождения и географическими указаниями.

Среди нормативно-правовых актов, оказавших значительное влияние на формирование института НМПТ и ГУ в их современном понимании, подчеркивается значимость Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года, в которой впервые была закреплена правовая охрана НМПТ на международном уровне. В литературе отмечается, что Конвенция *не предусматривает охрану именно географических указаний*, поскольку в тексте документа данный термин не используется – в документе можно встретить лишь такие понятия как «указание происхождения» и «наименование места происхождения», которые используются для различных и самостоятельных, хотя и близких по своему содержанию объектов¹⁷. Парижская Конвенция не

¹⁶ Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. С. 2-8 – стр. 4

¹⁷ Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. 2016. N 7. С. 58 – 70. – стр. 59

содержит специальных норм, регулирующих правовую охрану НМПТ и поэтому носит в этой части декларативный и ограничительный характер¹⁸.

Также следует упомянуть Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г. (Оно регламентирует отдельный институт – указание происхождений, и хотя, по словам В.И. Еременко, «никакого отношения к правовой регламентации наименований мест происхождения товаров не имеет¹⁹», оно все же важно для понимания всей системы географических обозначений). Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958, Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) 1994 г., Минское соглашение от 4 июня 1999 г. "О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний".

Для правового регулирования НМПТ важную роль сыграло Лиссабонское соглашение, поскольку оно закрепило понятие НМПТ - географическое название страны, района или местности, используемое для обозначения происходящего оттуда изделия, *качество и свойства которого определяются исключительно или в существенной мере географической средой*, включая сюда природные и этнографические факторы²⁰. Т.е. в случае указания НМПТ акцент ставится на наличии у товара особых свойств, имеющих связь с географическим местом его происхождения.

Говоря о правовом регулировании в странах Европейского союза, стоит отметить два уровня охраны: наднациональный и внутригосударственный.

Первым актом, закрепившим регулирование одновременно и географического указания, и наименование места происхождения товаров стал Регламент ЕС №2283/92 от 36 июля 1992 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных

¹⁸ Шахназарова Э.А. Указ. соч. – стр. 225

¹⁹ Еременко В.И. Указ. соч. – стр. 59.

²⁰ The Lisbon system international protection for identifiers of typical products from a defined geographical area. // URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf

продуктов и продовольственных товаров». На сегодняшний момент в силе находится не данный акт, а новый Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания». Регламент предусматривает параллельное существование как НМПТ, так и географического указания, что является компромиссом между Францией и Германией в сфере охраны географических знаков²¹.

Разграничение ГУ и НМПТ с введением Регламента 2012 года было проведено по критерию места осуществления разных этапов производства: для НМПТ необходимо, чтобы все этапы были связаны с географическим происхождением, а в случае с ГУ – только один определенный этап. Для НМПТ необходима прямая связь географических факторов с особыми свойствами товара, а для ГУ – соответствие «качественных характеристик и репутации конечного продукта, изготовленного в конкретном географическом районе, установленным требованиям²²». Обособление географического указания в отдельный институт связывают с тем, что на практике в некоторых случаях затруднительно определить какие именно факторы, природные или людские, повлияли на особые свойства товара.²³

Охрана НМПТ в Европейском союзе берет свои истоки во Французском законодательстве. В связи с широким распространением виноделия в стране каждому вину присваивалось название местности изготовления и определялись сортовые характеристики. Данный подход отразился в концепции терруара - представления о том, что и место, и земля, и люди определяют продукт. Данная концепция была отражена во французском законодательстве в качестве права местных производителей на указание географического наименования происхождения продукта. Был введен режим

²¹ Шахназарова Э.А. Указ. соч. – стр. 125.

²² Шахназарова Э.А. Особенности международно-правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний в свете принятия Женевского акта Лиссабонского соглашения 20 мая 2015 г. // Журнал российского права. 2016. N 11. С. 171 - 180. – стр. 176

²³ O'Connor B. Sui generis protection of geographical indications. // <http://students.law.drake.edu/aglawjournal/docs/agv0109N03-Oconnor-pdf>. – стр. 364

апелласьонов – регионов, каждому из которых соответствовал определённый тип и качество вина. Позднее данная практика распространилась в отношении иных продуктов²⁴.

НМПТ во Франции охраняется на основании Кодекса интеллектуальной собственности (Code de la propriété intellectuelle) 1992 года. В статье L.721-1 дано определение НМПТ (appellation d'origine): «географическое название страны, района или местности, используемое для обозначения происходящего оттуда продукта, качество и свойства которого определяются исключительно или в существенной мере географической средой, включая как природный, так и человеческий факторы». В этом же разделе (II раздел, VII том, II часть) урегулированы и ГУ, причем весь раздел носит название «Географические указания».

Во Франции экспертизу на соответствие товара указанным характеристикам осуществляет Национальный институт происхождения и качества ИНАО (Institut national des appellations d'origine).

В целом, в европейских государствах действует смешанная система, при которой в одном нормативном акте закрепляется охрана как НМПТ, так и ГУ. Германия, США, Канада, Япония и ряд других стран, не являясь участниками Лиссабонского соглашения, не предусматривают охрану НМПТ.

Касательно постсоветского пространства следует отметить, что некоторые страны предусматривают охрану только НМПТ, которая хотя и схожа с установленной в ГК РФ, но закреплена в отдельных специальных законах. В качестве примера можно привести Закон Республики Казахстан от 26 июля 1999 г. N 456 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров", Закон Кыргызской Республики от 27 февраля 2003 г. N 46 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров".

²⁴ Афанасьева Е.А. истина на этикетке: регулирование маркировки вин в странах Европы и в США (Обзор) // Право будущего: Интеллектуальная собственность, инновации, Интернет: Ежегодник. Вып. 3; отв. ред. Афанасьева Е.Г. – Москва : ИНИОН РАН, 2020. – 197 с. – стр. 121

В Республике Армения принят отдельный закон от 22.05.2010 г. №ЗР-60 «О географических указаниях». Аналогичному подходу последовали в Республике Таджикистан и Республике Беларусь. Однако в данных законах, не смотря на их название, закрепляется правовая охрана и иных географических обозначений. Определения НМПТ и ГУ сходны с установленными в Соглашении ТРИПС. Однако в соответствии с Законом Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. N 127-3 "О географических указаниях" и Законом Республики Таджикистан от 5 марта 2007 г. N 236 "О географических указаниях" понятие ГУ включает в себя как НМПТ, так и указание происхождения товара и является общим родовым термином.

В целом для стран СНГ присущ подход, согласно которому защита НМПТ и ГУ направлена на противодействие введения потребителей в заблуждение.

Как мы видим, географические обозначения имеют довольно длительную историю формирования в зарубежном законодательстве. На сегодняшний день еще ведутся дискуссии относительно верного толкования международных соглашений. В зарубежных правовых порядках регулирование НМПТ не является однородным. Европейский подход основан на имплементации Регламента 2012 года, законодательство ЕС регулирует географические обозначения для отдельных видов продукции, например, более детально урегулирован оборот спиртных напитков. При этом в России и в странах ЕС важным условием для регистрации НМПТ является осуществление всех стадий производства в пределах одного географического объекта. Для стран Евразийского региона обозначение НМПТ во многом сходно положениями, закреплёнными в ГК РФ. Ряд стран выделяет еще одно самостоятельное средство индивидуализации – *указание происхождения товара*, которое может является обобщающим понятием (например, в Украине), так и самостоятельным географическим обозначением наряду с НМПТ.

§2 Географическое указание как средство индивидуализации.

§2.1 Географическое указание как новый объект интеллектуальной собственности в законодательстве РФ и основные отличия от наименования места происхождения товара.

Как и для НМПТ, так и для ГУ товары, происходящие из географических объектов, являются уникальными, поскольку они обладают такими характеристиками и свойствами, которые невозможно воспроизвести в других местностях. В связи с этим требования для предоставления правовой охраны обозначениями завязаны на обязанности предпринимателя осуществлять производство на установленной территории.

27 июня 2020 года вступил в силу Федеральный закон от 26 июля 2019 г. N 230-ФЗ, которым был закреплён новый для России институт в системе средств индивидуализации – географическое указание. Как было отмечено сотрудниками Роспатента в ходе видеоконференции в августе 2020 года, принятие закона было связано с потребностью в охране большего количества локальных отечественных обозначений, которые хотя и обладают качеством и репутацией, связанной с определенной территорией, но не могут быть зарегистрированы в качестве НМПТ из-за жестких требований законодателя²⁵. Также неоднократно подчеркивалась важность данного института для продвижения региональных брендов, повышения их конкурентоспособности и стимулирования экономики в регионах²⁶.

Согласно п. 1 ст. 1516 ГК РФ географическое указание - обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого

²⁵ XXIV Международной конференции Роспатента «Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях». Секция «Географическое указание как новый объект Гражданского кодекса Российской Федерации. Последние изменения законодательства в части НМПТ» // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/24-international-conference-15-20102020>

²⁶ Широкова О.Ю. Появление нового объекта в праве интеллектуальной собственности Российской Федерации - географического указания: своевременно или нет? // Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 23, март 2019 г., с. 31-35 – стр 31.

в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара). Отличительной чертой ГУ является то, все стадии производство не обязаны осуществляться в границах определенной территории. Достаточно наличие *хотя бы одной* из стадий производства товара, оказывающей существенное влияние на формирование характеристик товара. Данное положение позитивно скажется на производителях, которые осуществляют добычу материала в одном регионе, а само производство осуществляют в другом. Например, если ремесленники, используя уникальную глину из определенного географического объекта, на ярмарке за его пределами произведут свою продукцию, они не смогут ее продавать, указывая зарегистрированное НМПТ, однако ГУ позволяет им это сделать ²⁷.

Результатом государственной регистрации является предоставление производителю исключительного права, однако оно может быть предоставлено и иным лицам, производящим аналогичный товар с указанными характеристиками в границах указанного объекта. Для регистрации в качестве ГУ товар не обязан обладать особыми свойствами, как в случае с НПТ, достаточно лишь наличие у него качества и репутации, достаточных для того, чтобы у потребителей возникала ассоциация в отношении товара с определенной географической территорией.

Стоит отметить, что законодатель предоставил возможность подачи заявки на регистрацию НМПТ и ГУ от лица ассоциации. Данная норма позволяет уменьшить издержки, а также определить конкретные характеристики товара, чтобы учесть интересы производителей. На данный момент зарегистрировано ГУ «Кубань» в отношении винодельческой продукции, произведенной в Краснодарском крае. Заявителями выступили 3 ассоциации: «Саморегулируемая организация «Виноградари и виноделы», «Винодельческий союз», «Честно», в результате чего 36 производителей были включены в реестр.

²⁷ Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г. "Откуда дровишки?", или Риски монополизации топонимов // Предпринимательское право. 2019. N 2. С. 37 - 41. – стр. 41.

Чтобы обеспечить более мягкое регулирование ГУ, полномочия по сбору документов и определению особых характеристик товара остаются за заявителем и заключения уполномоченного органа, как в случае с НМПТ, не требуется. Однако стоит учитывать, что стадии производства и особые свойства товара, как в случае с НМПТ, так и с ГУ, должны соответствовать требованиям, установленными федеральными законами или иными нормативно правовыми актами в зависимости от сферы производства товара, в том числе ГОСТами.

Так, например, для винодельческой продукции в заявке на регистрацию ГУ в качестве место происхождения товара необходимо указывать место, где осуществляется *выращивание* винограда и *производство* из него спиртных напитков. Обе данные стадии оказывают существенное влияние на формирование характеристик товара и поэтому должны осуществляться в границах одного географического объекта. Для минеральных вод обязательны к указанию определенные компоненты состава, а также сведения о показаниях к применению и сведения о воздействии на организм человека²⁸.

Однако на данный момент уже существует проблема соотношения НМПТ и ГОСТов, что в дальнейшем может произвести сложности и в отношении ГУ. Существует множество ГОСТов, которые включают в себя НМПТ. Поскольку производители выпускают свою продукцию в соответствии с ГОСТом, это формально позволяет им использовать соответствующее слово при продаже товара, если оно упоминается в ГОСТе.

В данном случае следует привести позицию Президиума СИП, изложенную в Постановлении от 18 сентября 2017 г.²⁹ Суд указал, что техническое регулирование процесса изготовления и контроля качества товара не является препятствием для регистрации товара с аналогичным названием в качестве НМПТ и «не может исключать само существование наименования

²⁸ Приказ Минэкономразвития России от 03.07.2020 N 398 // СПС «Консультант Плюс»

²⁹ Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.09.2017 N C01-543/2017 по делу N СИП-48/2017 // СПС «Консультант Плюс»

места происхождения товара.». Таким образом, суд подчеркнул, что ГОСТы и НМПТ имеют разное правовое регулирование, поэтому включение обозначения в ГОСТ не означает право аннулировать НМПТ. Это порождает проблемы, поскольку, например, производитель, не обладающий правом на НМПТ «Адыгейский сыр», продолжает на упаковке продукта использовать слово «Адыгейский» в отношении ГОСТа. Это способно ввести потребителей в заблуждение относительно свойств и характеристик товара.

Необходимо наладить работу по исключению из ГОСТов охраняемых НМПТ и ГУ. Проведение данной работы возможно в рамках межведомственного Соглашения о взаимодействии Федеральной службы по интеллектуальной собственности и Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 февраля 2018 г³⁰. Предлагается пересмотреть действующие ГОСТы и исключить из них охраняемые НМПТ и ГУ.

Итак, какие же отличия географического указания, нового института, от наименования места происхождения товара?

ГУ близко к НМПТ и отличается от него требованиями к товару и его производству. Как уже было отмечено выше, основное отличие состоит в том, что для получения правовой охраны ГУ достаточно, чтобы хотя бы одна из стадий производства, влияющая на формирование репутации и иных характеристик товара находилась на территории обозначенного географического объекта. Для НМПТ же законодателем закреплено более жесткое требование – в границах заявленного географического объекта должны находиться *все стадии* производства, влияющие на формирование особых свойств товара.

Для товаров, охраняемых ГУ, отсутствует необходимость в обладании особыми свойствами, достаточно наличие у товара определенного качества,

³⁰ XXIV Международной конференции Роспатента «Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях». Секция «Географическое указание как новый объект Гражданского кодекса Российской Федерации. Последние изменения законодательства в части НМПТ» // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/24-international-conference-15-20102020>

репутации и иных характеристик товара, которые в значительной степени определяются его географическим происхождением. В зарубежной доктрине качеству товара также уделяется значительное внимание. Качество товара означает, что физические характеристики товара должны быть обусловлены его географическим происхождением.

В связи с тем, что для регистрации в качестве ГУ товару не надо обладать особыми свойствами, отсутствует необходимость в получении заключения компетентного органа. Это облегчает и ускоряет процедуру регистрации по сравнению с регистрацией НМПТ.

На данный момент существуют отличия в возложении ответственности за незаконное использование ГУ и НМПТ. Для НМПТ предусмотрена как гражданская, так и административная и уголовная ответственность, а для ГУ пока что лишь гражданская. Согласно ст. 1537 ГК РФ правообладатель вправе требовать от нарушителя уничтожения товаров, этикеток и упаковок товаров с изображением незаконно использованного ГУ, а также возмещение убытков или выплату компенсации. Незаконное использование НМПТ, производство в целях сбыта либо реализация товара, содержащего незаконное воспроизведение НМПТ в рамках административной ответственности влечет наложение административного штрафа с конфискацией предметов, содержащих воспроизведение данного НМПТ. Уголовная ответственность за незаконное использование средств индивидуализации и предупредительной маркировки устанавливается статьей 180 УК РФ. В новый проект КоАП и УК РФ уже включены соответствующие изменения, распространяющие ответственность и на незаконное использование ГУ.

Как видно и из международной практики, из российского законодательства институты ГУ и НМПТ во многом сходны. Недаром законодатель предусмотрел возможность преобразования НМПТ или заявки на НМПТ в ГУ или заявку на ГУ и наоборот. Приказом Министерства экономического развития от 3 июля 2017 года был установлен порядок преобразования, в котором сформулированы правила и условия, при

соблюдении которых возможно преобразование как на стадии рассмотрения заявки, так и после регистрации. Так, 24 марта 2020 года было подано заявление на регистрацию НМПТ «Тарусская вышивка». 10 сентября уполномоченный орган, Министерство промышленности и торговли России, отказал в выдаче заключения, без чего регистрация НМПТ невозможна. 30 ноября заявителем было подано ходатайство о преобразовании заявки на НМПТ в заявку на ГУ.

Режим правовой охраны ГУ и НМПТ во многом схож. Срок действия исключительного права для обоих объектов составляет 10 лет с возможностью продления. Исключительное право на уже зарегистрированное обозначение может быть предоставлено иным лицам при соблюдении указанных требований.

Важным новшеством стало изменение процедуры экспертизы. С вступлением в силу ФЗ-230 изменился подход для публикации сведений, содержащихся в заявке. При регистрации и ГУ, и НМПТ была установлена возможность подачи возражений на стадии экспертизы. После принятия заявки на рассмотрение, т.е. после завершения формальной экспертизы, Роспатент публикует сведения, содержащиеся в данной заявке в целях возможности ознакомления с ними любым лицом, в ранее же о результатах формальной экспертизы уведомлялся только заявитель. Одновременно с этим Роспатент направляет информационные письма в адрес администрации региона, чье наименование заявляется в качестве НМПТ или ГУ, и в адрес ассоциации производителей.

Вводится процедура так называемой оппозиции – любое заинтересованное лицо в течение 3 месяцев со дня опубликования имеет право представить возражение против предоставления охраны НМПТ или ГУ или против предоставления исключительного права на данные объекты. Процедура оппозиции происходит параллельно с экспертизой заявленного обозначения. В итоге Роспатент принимает решение по заявке по результатам возражения с учетом результата экспертизы.

Стоит отметить, что необходимость публикации сведений, содержащихся в заявке, отмечалась многими авторами³¹. Поскольку сведения не публиковались, третьи лица были лишены возможности узнать, в чем же состоят особые свойства товара, которые делают возможной охрану обозначения этого товара в качестве НМПТ. Кроме того, и в соответствии с прежним законодательством любое лицо имеет право подать заявление о прекращении охраны НМПТ, если была выявлена невозможность производства товара, или есть товар перестал иметь особые свойства, указанные в Реестре. Однако свойства товара не были известны, что препятствовало как осуществлению права на оспаривание регистрации или свидетельства, так и создавало трудности для лиц, которые изъявляли желание получить свидетельство на право использования НМПТ.

Итак, введение ГУ как нового средства индивидуализации в российском правопорядке связано с осуществлением поддержки региональных производителей и охраны их товаров, что особенно важно на данном этапе развития экономики РФ, нацеленной на импортозамещение. Главным отличием ГУ от НМПТ является обязательное осуществление только одной стадии производства в рамках географического объекта, кроме того, товары, охраняемые ГУ не обязаны иметь особые свойства, связанных с местом производства, следовательно отсутствует необходимость в заключении уполномоченного органа, что порождает ряд проблем при регистрации НМПТ. Данные положения смягчают требования к производителям, позволяя последним в более простом порядке зарегистрировать ГУ и обеспечить охрану производимым товарам. Важно иметь в виду, что, хотя производитель при регистрации ГУ обладает возможностью самому указать характеристики товара, он ограничен требованиями, установленными ГОСТами. На данный

³¹ См. например, : Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров // СПС «Консультант Плюс»; Шишкин Д.А. Совершенствование законодательства о наименованиях мест происхождения товаров и географических указаниях // ИС. Промышленная собственность. 2017. N 2. С. 32 – 38; Рузакова О.А., Гринь Е.С. Вопросы развития правового регулирования отношений, объектом которых выступают географические указания // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2018. N 4. С. 685 - 699.

момент есть риск распространения практики нанесения на упаковку товара наименования по ГОСТу, аналогичного ГУ и НМПТ, что способно ввести потребителя в заблуждение. Важным новшеством, стала обязанность публикации сведений о регистрации ГУ и НМПТ, необходимость которой ни раз высказывалась в научных кругах. Публикация для свободного доступа позволит потребителям ориентироваться на рынке, а производители получили возможность оценить свои шансы на регистрацию географического обозначения или получения свидетельства на использование уже зарегистрированного обозначения.

§2.2 Географические указания в зарубежных правовых порядках.

Как было сказано выше, основным актом, положившим начало законодательному регулированию НППТ и ГУ, является Парижская конвенция по охране промышленной собственности. При этом в литературе главенствует подход, согласно которому Конвенция не предоставляет международную охрану именно ГУ, поскольку в тексте не закрепляется определение данного понятия, а содержится указание на правовой режим указаний происхождений и наименований мест происхождений

Важным этапом в развитии института ГУ на международном уровне стало подписание Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) в г. Марракеше 15 апреля 1994 года. В Соглашении под географическими указаниями понимаются обозначения, которые идентифицируют товар как происходящий с территории члена или региона или местности на этой территории, где определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени связываются с его географическим происхождением. Нормы, регулирующие данный институт, в первую очередь направлены на охрану вин и крепких спиртных напитков. При этом ГУ не обязательно должно носить название географического места, т.е. это может быть указание, которое не является географическим названием, если оно вызывает ассоциацию с местом происхождения. Поэтому понятие ГУ является более широким чем понятие НППТ, которое должно соответствовать географическому названию страны, региона или местности.

В 2015 году был принят Женевский акт Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958, который позволил осуществлять международную регистрацию не только НППТ, но и географических указаний. Определение, данное в акте аналогично закреплённому в ТРИПС.

Для Российской Федерации важным этапом стало подписание Минского соглашения от 4 июня 1999 года «О мерах по предупреждению и пресечению

использования ложных товарных знаков и географических указаний». Данный акт принят в рамках СНГ и обязывает его участников, в том числе Россию, обеспечить правовую охрану ГУ и имплементировать соответствующие положения. Согласно ст. 1 Минского соглашения ГУ — это обозначения, идентифицирующие происхождение товара из территорий сторон, или их регионов, или местностей, где качество, репутация либо другие характеристики товара в значительной степени соотносятся с его географическим происхождением. Данное определение воспроизводит ст. 22 Соглашения ТРИПС.

Рассмотрим правовую охрану ГУ в рамках национальных законодательств.

Географические указания в Германии регулируются Законом Германии «О товарных знаках и иных обозначениях» от 25 октября 1994 года. Понятие ГУ является аналогичным понятию, закреплённому в Регламенте ЕС 2012 года, однако распространяется еще и на промышленные изделия. В соответствии с § 1 Закона наравне с товарными знаками и деловыми обозначениями регулируется охрана географических указаний происхождения (*geographische Herkunftsangaben*). Согласно §126 Закона указаниями географического происхождения считаются наименования населенных пунктов, местностей, территорий или стран, а также иные указания или знаки, которые в деловом обороте используются для обозначения географического происхождения товаров или услуг³². Как отмечает А.Э. Шахнозарова, формулировка «указания географического происхождения» является не совсем классической, поскольку включает в себя и указания происхождения, и географические указания, кроме того, законодатель распространяет сферу действия данного объекта не только на

³² Еременко В.И. О правовой охране промышленной собственности в Федеративной Республике Германия // ИС. Промышленная собственность. 2020. N 7. С. 17 - 31; - стр. 20

товары, но и на услуги³³. Товары и услуги, охраняемые географическими указаниями происхождения должны иметь особые свойства и особые качества. Недопустима охрана родовых понятий в качестве географического указания происхождения, что соответствует соглашению ТРИПС.

Во Франции ГУ (*Indications géographiques*), как и НМПТ, регулируется положениями раздела II книги VII Кодекса интеллектуальной собственности. Аналогично, товар должен обладать качеством, репутацией и характеристиками, связанными с его географическим происхождением. Статье L 721-2 для ГУ обозначен ряд ограничений по кругу товаров: не могут быть зарегистрированы в качестве ГУ продукты сельского и лесного хозяйства, продукции питания и морепродукты. Само название раздела II книги VII звучит как «ГУ, охраняющие промышленные и ремесленные товары».

В Итальянском законодательстве, а именно в Кодексе промышленной собственности Италии от 10 февраля 2005 г. (*Codice della Proprietà Industriale*), охране ГУ (*Indicazioni geografiche*) посвящен отдельный раздел, состоящий из двух статей. Однако, в статье 29 дается одно определение одновременно и ГУ, и для НМПТ, и, по сути, воспроизводит только характерные для НМПТ черты.³⁴ Охрана также состоит в предотвращении введения в заблуждение третьих лиц.

Важное значение имеет правовая охрана географических обозначений в Швейцарии. 28 августа 1992 года был принят Федеральный закон Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест происхождения товаров. Однако именно этот закон приводят в пример, когда терминологическая путаница приводит к отсутствию четкого разграничения ГУ и НМПТ³⁵. Согласно Закону Швейцарии под наименованиями мест происхождения понимаются прямые

³³ Шахназарова Э.А. Охрана средств индивидуализации, содержащих указание на географическое происхождение товаров, в международном частном праве: автореферат дис. ... кандидата юридических наук. – стр. 127

³⁴ Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. 2016. N 7. С. 58 – 70.- стр. 69.

³⁵ Шахназарова Э.А. Указ. соч.

или косвенные указания на географическое место происхождения товаров и услуг, а также на свойства, имеющие связь с местом их происхождения. При этом наименования и знаки в общественном сознании должны вызывать ассоциации с местом происхождения. Отмечается, что путаница в терминах привела к тому, что в Швейцарское законодательство был имплементирован термин «указание происхождения» из Парижской конвенции, но содержание термина соответствует ГУ. При этом в стране охраняются ГУ, однако отсутствует охрана НМПТ³⁶. Для ГУ "Swiss Made" был принят специальный Ордонанс Федерального Совета от 23 декабря 1971 г с целью установить стандарты, ассоциирующиеся у потребителей с данным ГУ.

Как отмечает В.И. Еременко, увеличивается количество государств, которые предоставляют правовую охрану только ГУ, что особенно заметно в Азиатском регионе³⁷. В целях выполнения обязательств по соглашению ТРИПС в Индии был принят Закон от 30 декабря 1999 г. N 48 о географических указаниях товаров. Однако ГУ в рамках Закона относится только к определенным видам товара: сельскохозяйственным, природным и промышленным. Кроме того, для ГУ необходимо, чтобы деятельность по производству товара осуществлялась на *территории страны, региона или местности*, что сужает сферу регулирования, относительно ТРИПС.

В США также предусмотрена охрана географических указаний, но обеспечивается она в рамках законодательства о товарных знаках, а именно законом «О товарных знаках» (Lanham Act). Данным законом обеспечивается уровень охраны ГУ, обозначенным в соглашении ТРИПС, в том числе обеспечиваются нормы о противодействии введению потребителей в заблуждение.

³⁶ Протокол заседания Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам от 24 ноября 2017 г. N 18 О вопросах, связанных с использованием географических названий при регистрации товарных знаков // URL: <https://ipc.arbitr.ru/node/14114>

³⁷ Еременко В.И. Указ. соч. – стр. 65

ГУ могут быть зарегистрированы в качестве сертификационных знаков (certification marks). Сертификационные знаки подтверждают стандарты изготовления, качества материалов и иные характеристики товара. В рамках сертификационных знаков могут охраняться и услуги. Лица, производящие аналогичный товар, соответствующий установленным требованиям, могут присоединиться к использованию знака.

В литературе нет однозначной позиции относительно регистрации географических указаний в качестве товарных знаков. Так, А.Э. Шахназарова³⁸ считает, что ГУ не выделяются как отдельный объект охраны и могут быть зарегистрированы как товарные знаки. Данную позицию не разделяют В.С. Знаменская³⁹ и О.Ю. Широкова⁴⁰, отмечая, что ГУ могут быть зарегистрированы только в качестве сертификационных знаков.

Что касается постсоветского пространства, ГУ в некоторых зарубежных правовых порядках было затронуто в параграфе 2.2. Особо следует отметить Закон Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. N 127-3 "О географических указаниях", который закрепляет правовую охрану географическим указаниям, наименованиям мест происхождения товаров и указаниям происхождения товаров. При этом понятие ГУ является более широким и включает в себя два других понятия, что противоречит толкованию Парижской Конвенции.

В Азербайджанской республике предусмотрена правовая охрана только ГУ, при этом в качестве ГУ могут быть зарегистрированы и для обозначения услуг. ГУ представляет собой обозначение, которое имеет связь с определенной территорией и при этом обладает качеством и известностью, связанными с местом происхождения. Таким образом, в стране отражен общий подход к ГУ.

³⁸ Шахназарова Э.А. Указ. соч. – стр. 151.

³⁹ Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом : автореферат дис. ... кандидата юридических наук / Знаменская Вера Сергеевна - Москва, 2016. – 259 с. – стр. 185

⁴⁰ Широкова О.Ю. Виды средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории : автореферат дис. ... кандидата юридических наук / Широкова Оксана Юрьевна - Москва, 2016.- стр. 19

Как было отмечено в параграфе 2.2 в Кыргызской Республике и Республике Казахстан отсутствует правовое регулирование ГУ и предусматривается охрана только НМПТ, которая хотя и схожа с установленной в ГК РФ. Товар должен обладать особыми свойствами и производится на определенной территории, что должно быть подтверждено заключением местного исполнительного органа. Исключительное право не является абсолютным и предоставляется на 10 лет с возможностью продления.

Итак, можно сделать вывод, что в странах ЕС действует подход, обозначенный в Регламенте 2012, который отражает понятие ГУ, закрепленное в Соглашении ТРИПС. К ГУ, аналогично российскому подходу, применяются более мягкие требования при регистрации и охраняется оно в связи с наличием репутации товара, связанной с территорией его происхождения. Главным отличием от НМПТ является осуществление стадий производства на территории одного географического объекта. Для ГУ законодатели очерчивают сферу регулирования, чаще всего относя к ней промышленные товары. В США при отсутствии правового регулирования НМПТ предусмотрен иной подход к ГУ, которые защищаются законодательством о товарных знаках. На территории постсоветского пространства отсутствует однородное регулирование географических обозначений. При этом в рамках Минского соглашения страны СНГ, должны пресекать использование ложных ГУ. В целом, можно отметить, что главным критерием для противоправного применения как ГУ, так и НМПТ, является способность ввести потребителя в заблуждение. Терминологическая неточность в переводе и имплементации Парижской конвенции приводит к неоднородному наполнению географических обозначений и их различному соотношению в национальных правовых порядках.

Заключение.

Итак, введение в российский правопорядок нового средства индивидуализации – географического указания – было продиктовано как внутренними экономическими причинами, а именно политикой импортозамещения, а следовательно, необходимостью оказания поддержки региональным производителям, так и обязательствами РФ на международной арене после подписания Минского соглашения в 1999 году.

В зарубежных правопорядках не наблюдается однородный подход к предоставлению правовой охраны средствам индивидуализации, подчеркивающих связь товара с территорией происхождения. В ряде стран, в большинстве случаев европейских, предусмотрено сосуществование НМПТ и ГУ, однако категории товаров, для которых доступна регистрация в качестве ГУ законодательно ограничена. В странах СНГ наблюдается разрозненный подход – в Киргизии и Казахстане охрана ГУ не предусмотрена вовсе. Законодательства Беларуси и Украины помимо НМПТ и ГУ предусматривает иное средство индивидуализации – указание происхождения товаров. В странах Азиатского региона и Азербайджане, напротив, предоставляется правовая охрана только ГУ. Различается также правовое наполнение указанных терминов и их соотношение друг с другом. Например, законодатель Украины в качестве обобщающего термина выделяет указание происхождения товара, а в Беларуси таким понятием является ГУ.

Говоря о Российской Федерации, нельзя не отметить интерес производителей к регистрации ГУ, что отражает количество поданных заявок и уже зарегистрированных ГУ. Что касается НМПТ, то из-за достаточно жестких требований к их регистрации производители склонны к регистрации только товарного знака в отношении своих товаров. На сегодняшний день судебной практикой отмечается коллизия товарного знака и НМПТ, что может в будущем перейти и на ГУ, а также проблема соотношений указанных географических обозначений с ГОСТами. Выделяется проблема излишне

широкой правовой охраны НМПТ и ГУ и предлагается ограничить ее только теми товарами, в отношении которых они приобрели известность.

В целом, правовое закрепление географического указания стоит оценивать положительно, поскольку данный институт предоставляет правовую охрану товарам региональных брендов в отсутствие жестких требований. При этом производитель вправе преобразовать как заявку, так и уже зарегистрированное ГУ в НМПТ и наоборот, что обеспечивает мобильность данных институтов и позволяет предпринимателю, утратившему исключительное право на НМПТ, в случае утраты товаром особых свойств, не остаться без правовой охраны своего продукта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Нормативно-правовые акты.

1.1. Международные нормативно-правовые акты.

2. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 (ред. от 02.10.1979) // СПС «Консультант Плюс»
3. Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах от 14 апреля 1891 г. (ред. от 31.10.1958) // СПС «Гарант»
4. Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации от 31 октября 1958 года // URL: <https://docs.cntd.ru/document/901930052>
5. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (заключено в Марракеше 15 апреля 1994 г. // <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=12746>
6. Соглашение от 04.06.1999 "О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний" // СПС «Консультант Плюс»
7. Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания».

1.2. Нормативно-правовые акты Российской Федерации.

8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 30.12.2020) // СПС «Консультант Плюс»

9. Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (в действующей редакции) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" // СПС «Консультант Плюс»
10. Приказ Министерства экономического развития РФ от 20 июля 2015 г. N 482 "Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, Требований к документам, содержащимся в заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, и прилагаемым к ней документам и их форм, Порядка преобразования заявки на государственную регистрацию коллективного знака в заявку на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания и наоборот, Перечня сведений, указываемых в форме ..." // СПС «Гарант»
11. Приказ Министерства экономического развития от 03.07.2020 N 398 Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для осуществления юридически значимых действий по государственной регистрации географического указания и (или) предоставлению исключительного права на такое географическое указание и государственной регистрации наименования места происхождения товара и (или) предоставлению исключительного права на такое наименование, требований к ним, а также Перечня сведений, указываемых в свидетельствах об исключительном праве на географическое указание, на наименование места происхождения товара, и форм таких свидетельств" // СПС «Консультант Плюс»

1.3. Законодательство иностранных государств.

12. Закон США «О товарных знаках» («Акт Лэнхема») 1946 г. // URL: https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf
13. Кодекс интеллектуальной собственности Франции от 1 июля 1992 г. // URL: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069414/
14. Закон Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест происхождения товаров от 28 августа 1992 // URL: <https://www.admin.ch/opc/en/classified-compilation/199202213/index.html>
15. Закон Германии «О товарных знаках и иных обозначениях» 1994 г. // URL: <https://dejure.org/gesetze/MarkenG>
16. Закон Республики Казахстан от 26 июля 1999 г. N 456 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" // URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1014203
17. Закон Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. N 127-3 "О географических указаниях" // URL: <http://www.fhp.bsu.by/files/143.pdf>
18. Закон Республики Армения «О географических указаниях» от 29 апреля 2010 г. // URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=67786

2. Материалы правоприменительной практики.

1. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 2 декабря 2016 г. N С01-997/2016 по делу N СИП-315/2016 // СПС «Консультант Плюс»
2. Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18 сентября 2017 N С01-543/2017 по делу N СИП-48/2017 // СПС «Консультант Плюс»

3. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 26 ноября 2018 г. N C01-873/2018 по делу N СИП-147/2018 // СПС «Консультант Плюс»
4. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 11 июня 2020 г. N C01-281/2020 по делу N СИП-611/2019 // СПС «Консультант Плюс»
5. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 6 июля 2020 г. N C01-698/2020 по делу N СИП-645/2019 // СПС «Консультант Плюс»
6. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 24 января 2020 г. N C01-1124/2019 по делу N СИП-358/2019 // СПС «Консультант Плюс»
7. Решение Суда по интеллектуальным правам от 24 марта 2020 г. по делу N СИП-645/2019 // СПС «Консультант Плюс»
8. Решение АС города Москвы от 19 апреля 2018 г. по делу № А40-256512/2017 // URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/5AGM2mJvlaJ1/>

3. Литературные источники.

1. Афанасьева Е.А. Истина на этикетке: регулирование маркировки вин в странах Европы и в США (Обзор) // Право будущего: Интеллектуальная собственность, инновации, Интернет: Ежегодник. Вып. 3; отв. ред. Афанасьева Е.Г. – Москва: ИНИОН РАН, 2020.
2. Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г. "Откуда дровишки?", или Риски монополизации топонимов // Предпринимательское право. 2019. N 2. С. 37 - 41.
3. Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г., Афанасьева Е.А. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности: правовые вопросы: учеб. пособие / правовые вопросы: учеб. Пособие Е.Г. Афанасьева, М.Г. Долгих, Е.А. Афанасьева; ИНИОН РАН, Центр социал.

- науч.-информ. исслед., Отд. правоведения; отв.ред. Е.В. Алферова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНИОН РАН, 2020.
4. Гаврилов Э.П. Нужна принципиально новая правовая система для географических указаний и наименований мест происхождения товара // Хозяйство и право. 2020. N 5. С. 27 - 32.
 5. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны наименований мест происхождения товаров // СПС «Консультант Плюс»
 6. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. С. 2-8.
 7. Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. 2016. N 7. С. 58 – 70.
 8. Еременко В.И. О правовой охране промышленной собственности в Федеративной Республике Германия // ИС. Промышленная собственность. 2020. N 7. С. 17 – 31.
 9. Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: автореферат дис. ... кандидата юридических наук / Знаменская Вера Сергеевна - Москва, 2016.
 10. Новоселова Л., Кольздорф М. Наименование места происхождения товара: проблемы регулирования и направления развития // Хозяйство и право. 2017. № 5. С.3-11
 11. Михайлова Н.С. Охрана географических указаний в Российской федерации // Ex jure. 2019. №2. С.76-86
 12. Рузакова О.А., Гринь Е.С. Вопросы развития правового регулирования отношений, объектом которых выступают географические указания // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2018. N 4. С. 685 - 699.

13. Федорова Н.В. Новый правовой институт "географические указания": в чем отличия от наименований мест происхождения товаров // ИС. Авторское право и смежные права. 2019. N 9. С. 59 - 66.
14. Шахназарова Э.А. Особенности международно-правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний в свете принятия Женевского акта Лиссабонского соглашения 20 мая 2015 г. // Журнал российского права. 2016. N 11. С. 171 - 180.
15. Широкова О.Ю. Виды средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории: автореферат дис. ... кандидата юридических наук / Широкова Оксана Юрьевна - Москва, 2016.
16. Широкова, О. Ю. Указания происхождения товара: опыт Украины, Белоруссии и Таджикистана / О. Ю. Широкова // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2013. – № 10. – С. 45-48.
17. Широкова О.Ю. Появление нового объекта в праве интеллектуальной собственности Российской Федерации - географического указания: своевременно или нет? // Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 23, март 2019 г. С. 31-35.
18. Шишкин Д.А. Совершенствование законодательства о наименованиях мест происхождения товаров и географических указаниях // ИС. Промышленная собственность. 2017. N 2. С. 32 – 38.
19. O'Connor B. Sui generis protection of geographical indications. // <http://students.law.drake.edu/aglawjournal/docs/agv0109N03-Oconnor-pdf>.
20. The Lisbon system international protection for identifiers of typical products from a defined geographical area. // URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/geographical/942/wipo_pub_942.pdf

4. Иные источники.

1. Расширенное заседание Совета по вопросам интеллектуальной собственности при Совете Федерации на тему "Вопросы развития института интеллектуальной собственности в субъектах Российской Федерации" // URL: <http://council.gov.ru/media/files/J76lfSAeWsGtgFIFzl8mESRQMbVWx85t.pdf>
2. XXIV Международная конференция Роспатента «Трансформация сферы интеллектуальной собственности в современных условиях». Секция «Географическое указание как новый объект Гражданского кодекса Российской Федерации. Последние изменения законодательства в части НМПТ» // URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/24-international-conference-15-20102020>
3. Протокол заседания Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам от 24 ноября 2017 г. N 18 О вопросах, связанных с использованием географических названий при регистрации товарных знаков // URL: <https://ipc.arbitr.ru/node/1411>