

Географические указания как средство индивидуализации товаров: перспективы развития российского законодательства

О. А. Рузакова

доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: olalstep@mail.ru

А. И. Пирогов

доктор химических наук, профессор, профессор кафедры химии и химических технологий в энергетике
Ивановского государственного энергетического университета им. В. И. Ленина.

Адрес: ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В. И. Ленина»,
153003, Ивановская обл., г. Иваново, ул. Рабфаковская, д. 34.
E-mail: apirogov2011@yandex.ru

Geographical Indications as a Means of Goods' Individualization: Prospects for Development of the Russian Legislation

O. A. Ruzakova

Doctor of Law, Professor, Professor of the Department of Civil Legal Disciplines of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: olalstep@mail.ru

A. I. Pirogov

Doctor of Chemistry, Professor, Professor of the Department of Chemistry and Chemical Energy Technologies
of the Ivanovo State Power University named after V. I. Lenin.

Address: Ivanovo State Power University named after V. I. Lenin, 34 Rabfakovskaya Str.,
Ivanovo, 153003, Russian Federation.
E-mail: apirogov2011@yandex.ru

Аннотация

Данная статья посвящена изучению вопросов развития российских регионов с учетом перспектив изменения гражданского законодательства о средствах индивидуализации товаров. В статье рассматриваются особенности института географических указаний, его закрепление в международных договорах. Авторами дан критический анализ предложений проекта Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации», принятого Государственной Думой в первом чтении, и приведен сравнительный анализ географических указаний и наименований места происхождения товаров. Новеллы частноправового регулирования о географических указаниях рассматриваются в статье в соотношении с нормами публичного права, регулирующими производство алкогольной продукции, в частности, положений Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», которые также содержат упоминание географических указаний и наименований места происхождения товаров.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, регионы, бренды, товары, интеллектуальные права, географическое указание, наименование места происхождения товара, региональные бренды, регистрация наименований места происхождения товаров, средства индивидуализации товаров, региональная политика, винодельческая продукция с защищенным географическим указанием.

Abstract

This article dwells on the study of the development of Russian regions, taking into account the prospects for changes in civil legislation on the means of individualization of goods. The article discusses the features of the institute of geographical indications, its fixation in international treaties. The authors give a

critical analysis of the proposals of the draft federal law No. 509994-7 "On Amendments to Part Four of the Civil Code of the Russian Federation", adopted by the State Duma in the first reading, and provide a comparative analysis of geographical indications and appellations of origin. New legal norms of private legal regulation on geographical indications are considered in the article in relation to the rules of public law governing the production of alcoholic beverages, in particular, the provisions of the Federal Law of November 22, 1995 N 171-FZ "On State Regulation of the Production and Circulation of Ethyl Alcohol, Alcohol and Alcohol-Containing Products and the Restriction of Consumption (Drinking) of Alcohol Products", which also contain references to geographical indications and appellations of origin.

Keywords: intellectual property, regions, brands, goods, intellectual rights, geographical indication, name of the place of origin, regional brands, registration of names of the place of origin, means of individualization, regional policy, wine production with the protected geographical indication.

Законодательство о средствах индивидуализации товаров достаточно стабильно. Четвертая часть Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) в части регулирования отношений, объектом которых являются товарные знаки, фирменные наименования, наименования места происхождения товаров (НМПТ), достаточно стабильна и с 1 января 2018 г. (с момента вступления в силу федерального закона) изменялась несущественно. Не менялся и перечень объектов интеллектуальных прав, предусмотренный в статье 1225 ГК РФ. Однако в июле 2018 г. Государственной Думой в первом чтении был рассмотрен проекта Федерального закона № 509994-7 «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации», которым предлагается дополнить статью 1225 ГК РФ и главу 76 новым объектом интеллектуальных прав – географическим указанием – как средством индивидуализации товаров, а также предлагаются отдельные изменения в правовое регулирование режима НМПТ. В последнее время наука уделяет немалое значение правовому режиму географических указаний¹.

Географические указания часто называют брендами, *брендами регионов*. Проектом предлагается более простая охрана таких брендов, по сравнению с действующей редакцией, в отношении НМПТ.

Это еще один шаг в направлении совершенствования законодательства об интеллектуальных правах. Регистрация наименований места происхождения товаров действует в Российской Федерации с 1992 г. (17 октября 1992 г. вступил в силу Закон Российской Фе-

дерации от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»). Предлагаемое внесение изменений в механизмы охраны средств индивидуализации товаров проходит в русле антисанкционных мероприятий, повышения привлекательности регионов России, а также развития российской правовой системы в целом.

Предпосылками предлагаемых изменений являются прежде всего международные тенденции. Охрана географических указаний предусмотрена Соглашением по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), Минским соглашением от 4 июня 1999 г. «О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний», Договором о Евразийском экономическом союзе, законодательством Беларуси, Казахстана, Армении, стран Европейского союза, а также Мадридским соглашением о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г., Лиссабонским соглашением об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958 г. (в последних двух Россия не участвует). В 2015 г. был принят Женевский акт Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г., который дает возможность в рамках этого Соглашения осуществлять международную регистрацию не только НМПТ, но и географических указаний [6], что делает значительный шаг в унификации различных систем охраны географических указаний и НМПТ. В соответствии со статьей 2 (1) Женевского акта, географическое указание представляет собой указание, охраняемое в договаривающейся

¹ Анализ литературы по теме географических указаний приведен в [3].

стране происхождения и состоящее из названия (или содержащее название) географического района или иного указания, которое известно как указывающее на такой район, которое определяет товар как происходящий из этого географического района, когда установленное качество, репутация или иная особенность товара объясняется главным образом его географическим происхождением.

Пункт 17 Приложения № 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе (подписан в Астане 29 мая 2014 г.)¹ под географическим указанием понимает обозначение, которое идентифицирует товар как происходящий с территории государства-члена, региона или местности на этой территории, если качество, репутация или иные характеристики товара в значительной степени обусловлены его географическим происхождением. При этом географическому указанию может предоставляться правовая охрана на территории государства-члена, если такая правовая охрана предусмотрена законодательством этого государства-члена или международными договорами, участником которых оно является.

С учетом положения международных договоров, в которых участвует Россия, их приоритета над внутренним законодательством, а также норм Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» существует позиция, что географические указания защищаются в соответствии с этим Законом с 22 августа 2012 г. – с даты вступления России в Соглашение об учреждении ВТО [1].

Другой предпосылкой являются сложности при регистрации наименований места происхождения товаров, а именно необходимость подтверждения не только известности обозначения, указывающего на определенную местность, но и особенностей свойств товаров, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. Зачастую особые свойства не проявляются в самих товарах и, соответственно, не могут быть объективно проверены. С 1992 г. в Российской Федерации зарегистрировано всего около 170 наименований

места происхождения товаров. Так, в 2017 г. было подано 56 заявок (все от российских заявителей) из 10 регионов, 15 из которых было подано из Ставропольского края; при этом было выдано 30 свидетельств об исключительном праве на наименование². Для государственной регистрации необходимо получение заключения соответствующего органа исполнительной власти о том, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар с особыми свойствами. К таким органам относятся Минздрав России – минеральные воды; Минпромторг России – изделия народных художественных промыслов; Минсельхоз России – сельскохозяйственные товары; Росалкогольрегулирование – алкогольная продукция. Однако такой перечень охватывает не все виды товаров, которые могут обозначаться НМПТ, что также снижает возможности регистрации.

Еще одна причина, по которой необходимо скорейшее принятие изменений о географических указаниях, – это развитие регионов России. Проблема российских территорий заключается в том, что, несмотря на историческую и природную уникальность, многочисленность культурных достопримечательностей в стране, сложившиеся вековые традиции многих регионов, в том числе в сфере прикладного творчества, национальной кухни и т. п., большинство российских территорий характеризует слабо выраженный имидж [5]. Поэтому проект направлен на развитие российских регионов, товаров, производителей и может в определенной мере быть отнесен к категории антисанкционных.

Кроме того, введение правовой охраны географических указаний может стать еще одним шагом в расширении возможностей коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации [4]. Несмотря на то, что исключительное право на географическое указание, как и наименование места происхождения товара, оборотоспособно, их наличие имеет значение в повышении коммерческой значимости товаров, которые маркируются этими обозначениями. Случаи успешного применения географических указаний

¹ См.: URL: <http://www.eurasiancommission.org/> (дата обращения: 05.06.2014).

² См.: Отчет Роспатента за 2017 г. – URL: https://rupto.ru/content/uploadfiles/docs/otchet_2017_ru.pdf

заний показывают, что при их правильном и умелом использовании эти неосязаемые активы открывают богатые возможности дифференциации продукции и получения дополнительного дохода, а также создают позитивный побочный эффект в смежных областях, связанных с исходным продуктом, принесшим географическому указанию известность. Случаи успешного применения географических указаний показывают, что при их правильном и умелом использовании эти неосязаемые активы открывают богатые возможности дифференциации продукции и получения дополнительного дохода, а также создают позитивный побочный эффект в смежных областях, связанных с исходным продуктом, принесшим географическому указанию известность [2. – С. 7].

Основные принципы введения правовой охраны географических указаний, предлагаемых в проекте федерального закона, сходны с правовой охраной наименований места происхождения товаров, в связи с чем положения ГК РФ о географических указаниях подлежат применению к наименованиям места происхождения товаров с учетом определенных особенностей. Такого рода юридический прием ведет к рассмотрению наименований места происхождения товаров как разновидности географических указаний, что может давать повод для сомнений относительно самостоятельности наименований как средств индивидуализации товаров. В то же время различия очевидны (таблица).

Сравнительный анализ географических указаний и НМПТ

	Географические указания	НМПТ (с учетом новелл)
Что индивидуализирует	Товары, происходящие с определенной территории	
Способ индивидуализации	Через качество, репутацию и другие характеристики товара, идентифицирующие товар как происходящий с определенной территории	Через особые свойства, которые обусловлены природными или людскими факторами местности
Стадии производства	На территории должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара	На территории должны осуществляться все стадии производства товара
К заявке на регистрацию прилагаются	Документы, подтверждающие определенные характеристики товара, определяемые географическим происхождением	Заключение уполномоченного федерального органа исполнительной власти, а при отсутствии такового – заключение организации, уполномоченной органом государственной власти субъекта Российской Федерации
Государственная регистрация	Роспатент, формальная экспертиза и экспертиза по существу	
Число заявителей	Одно или несколько лиц	
Исключительное право	Содержание, бессрочный характер, срок действия свидетельства 10 лет с возможностью продления и др.	
Ответственность	Взыскание компенсации не предусмотрено	Взыскание компенсации за нарушение исключительного права

Географическое указание определяется как обозначение, которое позволяет идентифицировать товар как происходящий с территории географического объекта, при этом определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени определяются его географическим происхождением.

Регистрация географических указаний будет осуществляться Роспатентом. При подаче заявки необходимо указать на связь определенного качества, репутации или других характеристик товара с местом происхождения; указать описание способа производства; условия хранения товара; порядок контроля за соблюдением условий производства това-

ра. К заявке на географическое указание должны быть приложены документы, подтверждающие, что заявитель производит товар, обладающий определенным качеством, репутацией или другими характеристиками товара, которые в значительной степени определяются его географическим происхождением, однако перечень лиц, которые могут предоставить соответствующие документы, не указан. Требования к документам будут определены административными регламентами Минэкономразвития России. Предполагается, что это могут быть документы, предоставляемые не только федеральными органами исполнительной власти, как это на сегодняшний день имеет место применительно к наименованиям места происхождения товаров, но и органами государственной власти субъектов Российской Федерации, муниципальными органами, специализированными учреждениями, например научно-исследовательскими институтами и др.

Изменения отдельных особенностей правового режима наименований места происхождения товаров включают в себя следующее: требование в отношении наименований места происхождения товаров об осуществлении всех стадий производства товара на территории соответствующего географического объекта; введение возможности подачи заявки на регистрацию наименований места происхождения товаров одновременно несколькими лицами. На практике нередко особые свойства товара обусловлены деятельностью нескольких лиц, в том числе тех, кто создает необходимые материалы, добывает сырье, обеспечивает хранение товара, а не только тех, кто осуществляет непосредственно его создание. При этом расширяются возможности в предоставлении заключения. Так, если уполномоченный Правительством Российской Федерации федеральный орган исполнительной власти в соответствующей сфере производства товара отсутствует, то к заявке на регистрацию наименования места происхождения товара прилагается заключение органа (организации), уполномоченного высшим органом государственной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого находится данный географический объект.

Значение региональных органов применительно к географическим указаниям и наименованиям места происхождения товаров будет неуклонно расти. Это связано с тем, что особые требования к стадиям производства, качеству, репутации, известности, особым свойствам или другим характеристикам товара, для обозначения которого используется географическое указание или наименование места происхождения товара, могут устанавливаться не только федеральными нормативными правовыми актами, но и нормативными правовыми актами органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территории которых находятся соответствующие географические объекты (проектируемая норма пункта 1 статьи 1516 ГК РФ). При этом необходимо учитывать, что гражданское законодательство находится в исключительном ведении Российской Федерации, в связи с чем возможность возникновения такого объекта, как географическое указание, или наименование места происхождения товара, не должно зависеть от правового регулирования субъектов Российской Федерации.

Важную роль в правовом регулировании наименований места происхождения товаров призван играть правовой прием применения положений о географических указаниях к наименованиям места происхождения товаров с выделением отдельных особенностей правового регулирования наименований, учитывая, что основные принципы введения правовой охраны географических указаний сходны с правовой охраной наименований места происхождения товаров (пункт 4 статьи 1516 ГК РФ).

Введение правового регулирования географических указаний в ГК РФ – очень важный шаг с точки зрения перспектив развития регионов России. Проблематика многих российских территорий состоит в том, что, несмотря на историческую и природную уникальность, многочисленность культурных достопримечательностей в стране, сложившиеся вековые традиции многих регионов, многие российские территории характеризуют слабо выраженный имидж. Показать все многообразие товаров, производимых в России, их особенности, непревзойденное качество, а также защитить российских производителей –

вот задача законодателя на сегодняшний день. В определенной степени это и противостояние тем зарубежным санкциям, которые применяются сегодня в разных сферах производства.

При этом еще одним шагом в деле совершенствования законодательства должно стать приведение публичного законодательства в соответствие с новеллами ГК РФ. Так, пункт 24 статьи 2 Федерального закона от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» дает определение винодельческой продукции с защищенным географическим указанием как винодельческой продукции, производство которой, в том числе розлив, осуществляется в границах географического объекта, указываемого на различных видах этикеток (этикетке, кольеретке, контрэтикетке), потребительской таре (упаковке), и которая произведена из определенных техническими документами сорта или смеси сортов винограда и обладает свойствами, которые определяются характерными для данного

географического объекта природными условиями. Винодельческая продукция с защищенным географическим указанием производится из винограда, не менее 85% которого выращено в границах данного географического объекта, а остальной использованный для производства такой продукции виноград выращен в границах субъекта Российской Федерации, в котором расположен данный географический объект. В числе таких географических объектов регионы Крыма, Ставропольского, Краснодарского края, Дагестана и др.

В целом развитие законодательства о географических указаниях позволит вывести на более высокий уровень российские регионы в деле производства уже известных и новых товаров и обеспечить известность не только зарубежных брендов, таких как Scotch, Porto, Havana, Tequila и Дарджилинг, ассоциирующихся во всем мире с продукцией, свойства и качество которой обусловлены ее географическим происхождением, но и крымских и таманских вин, байкальского омуля и камчатского краба, палехской шкатулки и якутских алмазов, калужского теста и старорусского пива и многим других российских брендов.

Список литературы

1. Гаврилов Э. П. Как надо защищать наименования мест происхождения товаров и географические указания // Патенты и лицензии. – 2017. – № 5. – С. 9–14.
2. Географические указания. Введение. Всемирная Организация Интеллектуальной Собственности. – URL: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_952.pdf
3. Право интеллектуальной собственности. – Т. 3: Средства индивидуализации : учебник / А. С. Ворожечин, О. С. Гринь, В. А. Корнеев и др.; под общ. ред. Л. А. Новоселовой. – М. : Статут, 2018.
4. Фабричный С.Ю., Рузакова О. А. Коммерциализация интеллектуальной собственности: проблемы регулирования // Патенты и лицензии. – 2017. – № 7. – С. 41–48.
5. Фабричный С. Ю., Рузакова О. А. Региональные бренды России: основные направления развития // Патенты и лицензии. – 2017. – № 5. – С. 46–53.
6. 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. – № 11. – С. 171–180.