

Федеральное государственное научно-исследовательское учреждение  
«Институт законодательства и сравнительного правоведения при  
Правительстве Российской Федерации»

На правах рукописи

**Шахназарова Элен Ашотовна**

**ОХРАНА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ОБОЗНАЧЕНИЙ  
В МЕЖДУНАРОДНОМ ЧАСТНОМ ПРАВЕ**

12.00.03 - гражданское право; предпринимательское право; семейное право;  
международное частное право

Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук

Научный руководитель:  
кандидат юридических наук  
Павлова Елена Александровна

Москва - 2018

## Содержание

<i>Введение</i> .....	4
<i>Глава 1. Основы международно-правовой охраны средств индивидуализации товаров, содержащих обозначения, связанные с географической местностью, и указаний происхождения</i> .....	23
§1.1. Развитие международно-правовой охраны географических обозначений.....	23
§1.2. Терминологические проблемы разграничения географических обозначений.....	46
§1.3. Соотношение географических обозначений и иных средств индивидуализации товаров.....	67
§1.4. Правовая природа указаний происхождения и их соотношение с географическими обозначениями .....	90
§ 1.4.1 Правовая природа указания происхождения.....	90
§ 1.4.2 Законодательство иностранных государств и РФ по вопросам охраны указания происхождения и его соотношения с географическими обозначениями .....	100
<i>Глава 2. Особенности реализации международно-правовых норм в региональных и национальных системах охраны географических обозначений</i> .....	111
§2.1. Правовое регулирование использования географических обозначений в рамках ЕС.....	111
§2.2. Правовое регулирование географических обозначений в США и КНР.....	138
§2.3. Проблемы правовой охраны географических обозначений в России, в евразийском регионе и на постсоветском пространстве .....	158
<i>Глава 3. Правовое регулирование отношений в сфере охраны географических обозначений, осложненных иностранным элементом</i> .....	194

§ 3.1. Проблемы охраны иностранных географических обозначений в национальных правовых порядках.....	194
§ 3.2. Коллизионно-правовое регулирование охраны географических обозначений.....	209
<i>Заключение</i> .....	222
<i>Библиография</i> .....	232

## Введение

**Актуальность темы диссертационного исследования.** В современном мире средства индивидуализации товаров и услуг, указывающие на географическое происхождение таковых и свидетельствующие об особой связи соответствующих товаров и услуг с географической средой, представляют собой не только механизм защиты правообладателей, но и действенный инструмент развития национальных экономик, поскольку использование таких средств индивидуализации позволяет повысить престиж национальных производителей, увеличить спрос на национальные продукты, способствует развитию внутригосударственной экономики посредством экспорта товаров, известных в мире своим качеством и особыми свойствами, связанными именно с происхождением товара из того или иного географического региона, находящегося в конкретном государстве.

Ввиду сохраняющейся на международно-правовом уровне терминологической неопределенности в отношении подобных объектов, такие средства индивидуализации представляется целесообразным именовать собирательным нейтральным термином «географические обозначения».

Актуальность рассматриваемой проблематике придает и региональный аспект развития национальных экономик. Так, географические обозначения как региональные средства индивидуализации, позволяют государствам форсировано развивать экономику того или иного региона страны. В частности, в Российской Федерации в последнее время особое внимание уделяется географическим обозначениям, отмечается их растущее значение для экономики регионов и экономики всей страны<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См. об этом: Руководитель Роспатента Григорий Ивлиев открыл V Международный Форум, посвященный актуальным вопросам развития сферы интеллектуальной собственности <[http://www.rupto.ru/press/news\\_archive/inform2017/mguaforum](http://www.rupto.ru/press/news_archive/inform2017/mguaforum)> (Дата обращения - 20.02.2017 г.).

Важнейшую роль средств индивидуализации товаров и услуг, равно как и юридических лиц, в современном торговом обороте, в том числе, в международном торговом обороте, действительно, переоценить довольно сложно. Позволяя поддерживать и стимулировать конкуренцию на различных рынках товаров и услуг, обеспечивать безопасность потребителей от введения в заблуждение в отношении того или иного товара или производителя, информировать общество о наименованиях юридических лиц, товаров и услуг, средства индивидуализации служат эффективным механизмом оптимизации и развития, прежде всего, торговых отношений.

Классификация различных средств индивидуализации как на международно-правовом, так и на национально-правовом уровне в различных странах представляется весьма схожей и в целом отражающей современные потребности международного торгового оборота ввиду наличия унифицирующих основ международно-правовой охраны различных видов средств индивидуализации, выраженных в положениях, прежде всего, Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г., Стокгольмской конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, 1967 г. и Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г. В то же время, процессы глобализации, стремительное развитие торгового оборота способствующие появлению на мировых рынках новых форм ведения торговой деятельности и видов товаров, приводят к тому, что в национальном законодательстве различных государств по-разному реализуются подходы к регулированию тех или иных средств индивидуализации, в отношении одних и тех же объектов определяется разный содержательный объем, устанавливаются различные правовые режимы охраны. Некоторые средства индивидуализации получают охрану схожими правовыми средствами, дополнительными механизмами охраны, в частности механизмами защиты против недобросовестной конкуренции.

На международно-правовом уровне уже более ста лет назад произошла профилизация охраны тех или иных средств индивидуализации в зависимости от объекта индивидуализации и связи такого объекта с тем или иным обозначением. В то же время до сих пор большинством государств не согласованы единые подходы к специфическим средствам индивидуализации товаров, которые указывают на связь товара с географическим регионом. В международных договорах закреплены различные терминологические подходы к географическим обозначениям, используются термины «указание происхождения», «наименование места происхождения», «географическое указание». При этом отсутствует четкая дифференциация приведенных понятий, не установлены универсальные единые правовые режимы охраны перечисленных объектов.

Актуальность теме исследования придает и то обстоятельство, что международное сообщество высоко оценивает климатический, природный, производственный потенциал тех или иных регионов различных государств и придает особое значение вопросам международно-правовой охраны и международного использования различных географических обозначений в контексте, прежде всего, модернизации правовых режимов охраны тех или иных средств индивидуализации. Примером таких усилий, может служить Женевский акт Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г., - новейшая редакция основополагающего в рассматриваемой сфере правоотношений международного договора, согласованная и принятая в 2015 г.

Проблематика охраны различных географических обозначений становится предметом и регионального международного сотрудничества государств. Так, в рамках СНГ было принято Минское Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний 1999 г. Отдельно стоит отметить Договор о Евразийском экономическом союзе 2014 г., в котором содержится Приложение № 26 - «Протокол об охране и защите прав на объекты

интеллектуальной собственности». В рамках Европейского Союза в последнее десятилетие активно разрабатываются новые подходы к различным средствам индивидуализации, устанавливающим определенную связь индивидуализируемого товара с тем или иным регионом государства-члена Европейского Союза.

В контексте российского законодательства актуальность обозначенной проблематики опосредуется как последними изменениями, внесенными в Гражданский кодекс Российской Федерации и другие нормативно-правовые акты, так и необходимостью дальнейшей модернизации российского внутригосударственного подхода к географическим обозначениям, - а именно к наименованию места происхождения товаров и к сходным с ним средствам индивидуализации.

Таким образом, актуальность настоящего исследования подтверждается как постоянно растущим значением соответствующих средств индивидуализации в развитии национальных, региональных экономик различных стран, а также мировой экономики в целом, так и необходимостью разработки новых и модернизации существующих механизмов международно-правовой, а также национально-правовой охраны различных географических обозначений, обеспечения терминологической определенности в рассматриваемой сфере правоотношений.

**Объектом диссертационного исследования** являются общественные отношения, складывающиеся при международной охране наименований мест происхождения товаров, географических указаний, указаний происхождения, а также при реализации международно-правовых норм в национальных системах их правовой охраны.

**Предметом диссертационного исследования** являются универсальные международно-правовые нормы, акты региональной унификации, а также нормы национального законодательства различных государств, регулирующие отношения, возникающие в сфере охраны наименований мест происхождения товаров, географических указаний,

указаний происхождения; различные терминологические подходы к обозначенным объектам.

### **Степень изученности проблемы в юридической литературе.**

Несмотря на развитие международного торгового оборота, расширение межгосударственного, регионального сотрудничества и особую важность рассматриваемых объектов в системе средств индивидуализации, в отечественной и зарубежной науке международного частного права, права интеллектуальной собственности и гражданского права в целом отсутствуют комплексные современные исследования, посвященные именно особенностям современного международно-правового регулирования правовой охраны различных географических обозначений в их сравнении и взаимосвязи.

Научные исследования проводятся либо по отдельным средствам индивидуализации с обозначением лишь векторов возможного развития в сфере охраны наименований мест происхождения товаров или географических указаний, либо посвящены в целом всем средствам индивидуализации без выделения особой природы и значения рассматриваемых объектов. Проблематика оригинального доктринального подхода к установлению собирательного режима географических обозначений для целей понимания и совершенствования основ международно-правового регулирования соответствующих средств индивидуализации не рассматривается в отдельных исследованиях, комплексное сравнительно-правовое исследование зарубежного законодательства не проводится.

Отдельные аспекты проблем, поднятых в диссертационном исследовании, стали предметом рассмотрения в работах Боброва М.Е.<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> Бобров М.Е. Средства индивидуализации товаров, работ и услуг как объекты интеллектуальных прав: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2013.

Горленко С.А.<sup>3</sup>, Знаменской В.С.<sup>4</sup>, Нгуен Ван Чанга<sup>5</sup>, Салтыкова М.А.<sup>6</sup>, Соколовой М.Н.<sup>7</sup>, Широковой О.Ю.<sup>8</sup>

Диссертационные исследования Горленко С.А., Соколовой М.Н., Нгуен Ван Чанга, несмотря на их высокую научную значимость, в значительной мере утратили актуальность, т.к. были проведены довольно давно и не учитывают последних изменений в законодательстве Российской Федерации и в международно-правовых актах, касающихся рассматриваемой сферы правоотношений.

В диссертационных исследованиях, посвященных различным проблемам охраны отдельных географических обозначений и проведенных за последние годы, не реализован комплексный подход к анализу международно-правовой охраны различных географических обозначений в

---

<[http://www.izak.ru/theme/upload/bobrov-m\\_23\\_01\\_2015\\_ba83065327df035d8e074acc71c74cca.pdf](http://www.izak.ru/theme/upload/bobrov-m_23_01_2015_ba83065327df035d8e074acc71c74cca.pdf)> (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>3</sup> Горленко С. А. Проблемы регулирования охраны наименований мест происхождения товаров: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Москва, 1994.

<sup>4</sup> Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», 2016. <[http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/znamenskaya/avtoreferat\\_znamenskaya\\_v\\_s.pdf](http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/znamenskaya/avtoreferat_znamenskaya_v_s.pdf)> (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>5</sup> Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Российская государственная академия интеллектуальной собственности, 2003. <<http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1140789>> (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>6</sup> Салтыков М.А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВПО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», 2012. <<http://new.search.rsl.ru/ru/record/01005014467>> (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>7</sup> Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Российский государственный институт интеллектуальной собственности, 2002. <<http://www.law.edu.ru/book/book.asp?bookID=122380>> (дата обращения: 27.02.2017).

<sup>8</sup> Широкова О.Ю. Виды средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», 2016. <[http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/shirokova/avtoreferat\\_itog.pdf](http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/shirokova/avtoreferat_itog.pdf)> (дата обращения: 27.02.2017).

их тесной взаимосвязи, отсутствует анализ современных международных актов, принятых за последние 3 года (в частности, Женевского акта Лиссабонского соглашения 2015 г., Приложения № 26 - «Протокол об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности» Договора о Евразийском экономическом союзе 2014 г.).

В диссертационных исследованиях Знаменской В.С. и Салтыкова М.А. уделяется внимание преимущественно национально-правовым механизмам охраны именно наименований мест происхождения товаров, в меньшей степени исследуются географические указания и режим их охраны.

Бобров М.Е. в своем диссертационном исследовании лаконично исследует правовую природу наименований мест происхождения товаров по российскому законодательству наряду с иными средствами индивидуализации, не охватывая сферу охраны географических указаний

Диссертация Широковой О.Ю. посвящена преимущественно правовому регулированию в РФ различных средств индивидуализации, указывающих на происхождение товара. Международно-правовой охране обозначенных объектов посвящен лишь один параграф исследования (параграф 3 главы I «Правовая регламентация указаний происхождения товара, НМПП, географических указаний на международном уровне»).

Лишь в одном диссертационном исследовании используется, но не определяется понятие географических обозначений. Соколова М.Н. в своей работе «Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения» (2003 г.) хоть и использует термин «географические обозначения», но не определяет его объем, а также во второй и третьей главе исследует особенности охраны географических указаний, используя преимущественно российское законодательство в рассматриваемой сфере правоотношений. Кроме того, несмотря на высокую научную ценность обозначенного исследования, оно уже утрачивает актуальность ввиду принятия новейших международно-правовых актов в рассматриваемой сфере правоотношений.

## **Цели и основные задачи исследования.**

Целями диссертационного исследования являются:

1) выработка рекомендаций по совершенствованию источников международно-правового регулирования и унификации понятийного аппарата в сфере правового регулирования различных географических обозначений;

2) установление направлений совершенствования российского законодательства в сфере правовой охраны различных географических обозначений на основе анализа положений международных договоров и зарубежного законодательства;

3) определение возможности применения тех или иных коллизионно-правовых норм общего характера к отношениям, складывающимся в сфере охраны географических обозначений;

4) предложение эффективных правовых моделей регламентации отдельных географических обозначений и схожих объектов.

Для достижения вышеуказанных целей в работе ставятся следующие задачи:

- определение понятия географического обозначения как в доктринальных целях, так и в целях использования в международно-правовых документах;

- разграничение понятий наименования места происхождения товаров, географического указания, указания происхождения на основе анализа новейших нормативно-правовых подходов;

- изучение существующих средств индивидуализации, включающих географические обозначения (наименований мест происхождения товаров, географических указаний, указаний происхождения), и специфики их охраны как на международно-правовом уровне, так и в национальном законодательстве различных стран;

- анализ на основе международных договоров и национального законодательства различных стран проблем правовой охраны географических обозначений;

- рассмотрение существующего коллизионно-правового регулирования отношений, складывающихся в сфере охраны географических обозначений;

- выявление возможностей использования указаний происхождения в качестве средств индивидуализации;

- выявление проблем соотношения товарных знаков и географических обозначений;

- выработка предложений относительно возможных путей развития и совершенствования отечественного законодательства в исследуемой области общественных отношений с учетом опыта зарубежных государств.

**Методологическую основу диссертационного исследования** составляют общенаучные и частнонаучные методы, применяемые при изучении регулирования общественных отношений в гражданском и международном частном праве.

В работе были использованы такие методы исследования, как диалектический, исторический, системный, логический, грамматический, сравнительный. Кроме того, применялись частнонаучные методы: формально-юридический, метод сравнительного правоведения, анализ и обобщение научных, нормативных и практических материалов, правовое прогнозирование.

**Теоретическая основа диссертационного исследования.** В диссертационном исследовании используются научные подходы к международно-правовому регулированию в сфере охраны прав на географические обозначения, а также доктринальные исследования российских и зарубежных ученых в сфере интеллектуальной собственности и международного частного права.

Теоретической основой работы стали посвященные различным аспектам рассматриваемой проблематики публикации следующих российских и зарубежных исследователей: Анисимовой М.Л., Баттахова П.П., Белова В.В., Близнеца И.А., Боброва М.Е., Боденхаузена Г., Буробина Е.В., Васильевой Е.В., Виталиева Г.В., Гаврилова Э.П., Горленко С.А., Городова О.А., Григорьева А.Н., Гульбина Ю.Т., Данилиной Е.А., Денисова Г.М., Джермакяна В.Ю., Дозорцева В.А., Дмитриевой Г.К., Еременко В.И., Знаменской В.С., Калятина В.О., Лисицы В.Н., Маковского А.Л., Никишова А.Б., Нгуен Ван Чанга, Новоселовой Л.А., Павловой Е.А., Пироговой В.В., Погребинской Т.Ю., Салтыкова М.А., Соколовой М.Н., Тахирова Г.И., Трахтенгерц Л.А., Хлестовой И.О., Цитович Л.В., Шабай А.С., Шахназарова Б.А., Шелепиной Е.А., Roland Knaak, Dilokwatana Busababan, Paul Franson, Emily Nation, Ying Jian, Daniel Gervais, Calboli Irene, Delphine Marie-Vivien, O'Connor Bernard, Moretti G., Gangjee Dev., Audier Jacques, Blakeney Michael и других авторов.

**Нормативную базу исследования** составляют положения законодательства Российской Федерации, а также зарубежных государств, международные акты универсальной и региональной унификации права.

Среди российских и зарубежных нормативных правовых актов исследуются: Гражданский кодекс Российской Федерации, Кодекс интеллектуальной собственности Франции 1992 г., Закон Германии «Об охране товарных знаков и других обозначений» 1994 г., Закон США «О товарных знаках» 1946 г., Закон КНР о товарных знаках 1982 г., Положение КНР об охране географических указаний 2005 г., Административные меры КНР по регулированию географических указаний в отношении сельскохозяйственной продукции 2007 г. и другие нормативно-правовые акты.

В основу исследования легли международные акты, среди которых особое внимание уделяется: Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г., Мадридскому соглашению о пресечении ложных или

вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г., Лиссабонскому соглашению об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г., Стокгольмской конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, 1967 г., Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г.

В работе анализируются положения актов региональной унификации, среди которых: Регламент ЕС №2081/92 от 14 июля 1992 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров»; Регламент ЕС №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов»; Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»; Минское Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний от 4 июня 1999 г.

### **Научная новизна исследования**

Научная новизна настоящей диссертации заключается в том, что автором на основе сформулированного понятия географического обозначения выработан научный подход к систематизации географических обозначений и определению места географических обозначений в системе средств индивидуализации, произведена систематизация и унификация терминологии в сфере охраны географических обозначений. В настоящем диссертационном исследовании впервые предпринято системное исследование проблем международно-правового регулирования различных географических обозначений, сформулированы предложения по совершенствованию источников правового регулирования и унификации понятийного аппарата в сфере правового регулирования различных географических обозначений, предложены специальные коллизионно-

правовые подходы к отношениям, складывающимся в сфере охраны географических обозначений при отсутствии в законодательстве той или иной страны положений об интеллектуальном статуте, предложены эффективные правовые модели регламентации отдельных географических обозначений и сходных с ними объектов.

Основные выводы, опосредующие научную новизну исследования, отражены в следующих положениях, выносимых на защиту:

1. Географическое обозначение - собирательное понятие, включающее все средства индивидуализации товаров, указывающие на географическое происхождение товара из той или иной местности, природными факторами которой обусловлены его особые свойства, качество, репутация. В формировании географического обозначения указание на географическое происхождение товара имеет индивидуализирующее свойство, определяющее особое качество и характеристики товара. Такие обозначения представляется возможным именовать квалифицированными средствами индивидуализации, в то время, как товарные знаки и знаки обслуживания являются простыми средствами индивидуализации, а указания происхождения, в свою очередь, не обладают индивидуализирующим свойством, указывая на территорию происхождения товара в контексте законодательства о защите конкуренции и защите прав потребителей. Таким образом, к географическим обозначениям, из известных международным договорам объектов интеллектуальной собственности, представляется целесообразным отнести наименования места происхождения товаров и географические указания.

2. Закрепление в статье 2 Парижской конвенции 1883 г. указания происхождения в качестве объекта промышленной собственности представляется не соответствующим современным реалиям правового регулирования торговых отношений ввиду того, что указание происхождения – это не средство индивидуализации, а информация о товаре, размещение которой может быть обязанностью продавца в соответствии с требованиями

национального законодательства о защите конкуренции или о защите прав потребителей. Причем страна должна указываться с целью установления места нахождения производителя и (или) продавца товара для возможного предъявления требований, вытекающих из нарушения законодательства о защите прав потребителей или о защите конкуренции, а не с целью выработки в сознании потребителей ассоциаций между страной происхождения и определенным уровнем качества товаров, произведенных на ее территории, так как последнее было бы некорректным и несправедливым в большинстве случаев. Более точным представляется подход к указанию происхождения, закрепленный в Мадридском Соглашении 1891 г. Термин «указание происхождения» в отличие от наименования места происхождения товара предлагается считать не видом промышленной собственности, в частности, одним из средств индивидуализации, а дополнительным механизмом защиты прав участников производственно-торговых отношений, используемым преимущественно в сфере защиты конкуренции и защиты прав потребителей.

3. Анализ факторов влияния географического объекта на особое свойство, качество товаров, маркируемых географическим обозначением, а также объектов индивидуализации свидетельствует о том, что связь людского фактора с тем или иным географическим районом, влияние соответствующей географической среды на ту или иную услугу нивелируются тем обстоятельством, что людской фактор может быть реализован в любом месте с учетом современной мобильности населения и современных повсеместно развитых условий производства и оказания услуг. Ввиду обозначенного, представляется нецелесообразным и противоречащим индивидуализирующим особенностям географических обозначений их использование в отношении услуг. В обозначенном контексте нивелируется и сам людской фактор как средство ассоциации услуг, а также товаров, маркируемых географическим обозначением с той или иной географической средой.

4. Целесообразно расширение перечня средств индивидуализации, используемых в качестве географических обозначений. Так, анализ законодательства зарубежных стран, в частности США и КНР, позволяет сделать вывод о возможности использования сертификационного знака в качестве географического обозначения. Использование режима сертификационного знака в отношении товаров, связанных с тем или иным географическим регионом, действительно, представляется логичным в контексте возможности регистрации разными лицами одного географического обозначения применительно к товарам, обладающим едиными характеристиками их качества. В то же время, режим сертификационного знака (или аналогичный ему) представляется возможным использовать и в целях преодоления проблем правовой охраны отдельных категорий индивидуализирующих товары обозначений, в частности, таких как т.н. советские товарные знаки (по существу, обозначения товаров с единой рецептурой). В этом случае единые правомочия использования сертификационного знака для всех изготовителей соответствующих товаров могут устанавливаться единым (коллективным) режимом с регистрацией в каждой стране, где испрашивается охрана.

5. Анализ положений ст. 5 Регламента Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания» свидетельствует о том, что в законодательстве Европейского Союза проведена дифференциация географических обозначений на наименования места происхождения товара и географические указания в зависимости от того, связаны ли все стадии производства товара (в случае наименований места происхождения товара) или какая-либо определенная стадия производства товара (в случае географических указаний) с географическим регионом его происхождения. Профилизация этого подхода, ограничение круга объектов, на которые распространяются соответствующие географические обозначения (в упомянутом случае – только сельскохозяйственными и пищевыми

продуктами), представляются неэффективными, сдерживающими унификацию регулирования правового режима географических обозначений в международных отношениях. Использование выработанных законодательством ЕС критериев дифференциации наименований мест происхождения товаров и географических указаний в российском законодательстве и национальных законодательствах других государств представляется целесообразным, но оно должно распространяться на любые возможные категории товаров без каких-либо ограничений.

б. При определении интеллектуального статуса применительно к географическим обозначениям, а именно в случае определения правового статуса такого обозначения как объекта интеллектуальной собственности, вопросов возникновения, прекращения и содержания исключительного права на соответствующее обозначение, наиболее предпочтительной коллизионной привязкой предлагается считать право страны происхождения географического обозначения, а не право страны, где испрашивается охрана (классическая коллизионная привязка интеллектуального статуса) ввиду того, что именно правовая система страны происхождения придает географическому обозначению его особый правовой статус, а также влияет на возможность охраны в других странах. В связи с обозначенным и с учетом существующей на данный момент терминологии в сфере географических обозначений главу III Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации предлагается дополнить статьей 14.1. «Определение права, подлежащего применению», следующего содержания: «Применимым правом для целей определения правового статуса наименования места происхождения товара или географического указания как объекта интеллектуальной собственности, вопросов возникновения, прекращения и содержания исключительного права на соответствующее обозначение, является право страны происхождения географического обозначения».

7. Связь наименования места происхождения товара с особыми свойствами товара – это такая его исключительная характеристика, которая вступает в противоречие с институтом досрочного прекращения охраны наименования места происхождения товара, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком. В связи с этим положения абз. 2 п. 2 ст. 1535 ГК РФ нуждаются в пересмотре. В случае, когда сроки приоритета товарного знака являются более ранними, чем сроки приоритета наименования места происхождения товара, прекращение охраны такого наименования представляется нелогичным, так как именно режим наименования места происхождения товара наиболее пригоден для охраны прав на обозначение, связанное с географическим регионом. В российское законодательство предлагается ввести механизм параллельного использования товарного знака и тождественного (а также сходного с ним до степени смешения) наименования места происхождения товара с более поздним приоритетом без прекращения охраны соответствующего наименования места происхождения товара и товарного знака. В случаях, когда соответствующие товарные знаки используются в отношении товаров, не обладающих особыми свойствами, связанными с данным географическим регионом, они при использовании должны снабжаться обязательным указанием на этот факт, например, путем размещения рядом с товарным знаком надписи: «Данное обозначение не является зарегистрированным наименованием места происхождения товара. Свойства товара не связаны с обозначенным географическим регионом».

8. Ввиду того, что исключительное право на наименование места происхождения товара возникает лишь у производителей соответствующих товаров и такое производство является предпринимательской деятельностью в контексте индивидуализирующего свойства наименования места происхождения товара, представляется целесообразным исключить из российского законодательства положения, предусмотренные п. 1 ст. 1518 ГК РФ, допускающие регистрацию наименований мест происхождения товара

физическими лицами (гражданами), не осуществляющими предпринимательскую деятельность.

9. Использование родового обозначения является исторически сложившейся возможностью национального законодателя вывести то или иное обозначение из-под охраны в связи с тем, что оно вошло во всеобщее употребление. В то же время, такое правило представляется нелогичным ввиду того, что изначальная основная цель использования географических обозначений - индивидуализация товара - достигается именно посредством особой связи свойств и характеристик товара с географическим происхождением. Поэтому допустить всеобщее употребление географического обозначения в отношении товаров определенного вида означает нивелировать специфику и саму идею охраны географических обозначений, что в свою очередь может привести к введению потребителей в заблуждение. Положения ч. 2 ст. 1516 ГК РФ, допускающие такую возможность, представляется целесообразным исключить из российского законодательства.

**Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования** заключается в том, что полученные выводы и сформулированные предложения могут использоваться для целей совершенствования национального законодательства государств, в том числе российского законодательства. Положения данного исследования могут быть полезны для судебных органов, арбитражных институтов и практикующих юристов, в том числе, в процессе анализа, уяснения сущности и правовой природы различных географических обозначений и использования соответствующего правового режима охраны того или иного средства индивидуализации.

Результаты исследования и теоретические изыскания настоящего диссертационного исследования могут найти применение в учебно-педагогической практике, в частности в процессе преподавания и изучения курсов международного частного права, гражданского права и

сравнительного правоведения, права интеллектуальной собственности, а также спецкурсов «Международное право интеллектуальной собственности», «Международно-правовая охрана средств индивидуализации» и различных учебных дисциплин в юридических вузах. Основные выводы и предложения диссертации могут быть использованы при проведении научно-исследовательской работы по данной проблематике, а также в нормотворческой деятельности.

**Апробация результатов исследования.** Диссертация выполнена и обсуждена в отделе международного частного права Федерального государственного научно-исследовательского учреждения «Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации» (г. Москва, ул. Большая Черемушкинская, д. 34).

Основные теоретические выводы диссертационного исследования были обсуждены в рамках следующих научных мероприятий:

1. Международная научно-практическая конференция, посвященная 90-летию со дня рождения Садикова О.Н. «Международное частное право в глобальном мире», состоявшейся 18 ноября 2015 г. в ИЗиСП. Доклад на тему: «Особенности международно-правовой охраны наименования места происхождения товаров и географических указаний в свете принятия Женевского акта Лиссабонского соглашения 20 мая 2015 г.»

2. IV Международный юридический форум «Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики», состоявшийся 26 февраля 2016 г. в Университете имени О.Е. Кутафина (МГЮА), организованный совместно с Центром правовой поддержки журналистов Общероссийского народного фронта при поддержке Суда по интеллектуальным правам. Доклад на тему: «Особенности правовой охраны наименования места происхождения товаров и географического указания во Франции» в рамках секции «Средства индивидуализации: новеллы законодательства и практика правоприменения».

3. XV Международная научно-практическая конференция молодых ученых «Традиции и новации в системе современного российского права», состоявшаяся 8 апреля 2016 г. в Университете имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

**Структура работы** построена в соответствии с целями и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, состоящих из 9 параграфов, заключения, библиографического списка источников и литературы, использованных при написании диссертационного исследования.

# **Глава 1. Основы международно-правовой охраны средств индивидуализации товаров, содержащих обозначения, связанные с географической местностью, и указаний происхождения**

## **§ 1.1. Развитие международно-правовой охраны географических обозначений**

Развитие торгового оборота и международных рынков товаров и услуг неизбежно приводит к необходимости эффективной индивидуализации товаров и услуг. Зачастую, качества и особые свойства товара или услуги могут быть напрямую связаны с географической средой того или иного региона, т.е. с местом происхождения. Государства имеют экономическую заинтересованность в создании условий для местного производства и в развитии таких регионов, с которыми у потребителей по всему миру ассоциируются особое качество и свойства товаров или услуг. Действенным правовым механизмом защиты таких товаров, услуг, их производителей, сохранения репутации региона, в свою очередь и являются географические обозначения. Ввиду различающихся национально-правовых подходов к таким обозначениям, а также для целей унификации терминологии, используемой в настоящем исследовании, представляется целесообразным привести определение географического обозначения (которое будет обосновано и сформулировано в параграфе 2 главы 1 настоящего исследования). Географическое обозначение - собирательное понятие, включающее все средства индивидуализации товаров, указывающие на географическое происхождение товара из той или иной местности, природными факторами которой обусловлены его особые свойства, качество, репутация. Таким образом, термин «географическое обозначение» в данном диссертационном исследовании предлагается использовать в отношении наименования места происхождения товара и географического указания. В

формировании географического обозначения указание на географическое происхождение товара имеет индивидуализирующее свойство, определяющее особое качество и характеристики товара.

Отметим, что проблематика охраны географических обозначений не является новой.

В течение тысячелетий в использовании географических обозначений прослеживается их закрепление только за теми определенными продуктами, на свойства которых оказала влияние географическая среда местности или такие людские факторы как опыт, навыки и секреты изготовителя, или и то и другое вместе.

Тенденция использования наименований места происхождения товара в коммерческом обороте возникла еще в IV в. до н. э. Можно привести некоторые обозначения товаров, дающие представление о масштабах использования названий географических объектов. Ими обозначались древнегреческие вина – коринфские, икарские, родосские, а также паросский мрамор, каррарский мрамор, коринфская бронза, египетские финики, сицилийский мед и другие продукты.<sup>9</sup> Вследствие экономических изменений происходила эволюция обычаев и вкусов. В разное время известность получили вина Бургундии, оливковое масло Прованса, шелка Китая и Лиона, русские кожи, баварское пиво, бразильский кофе, апельсины Испании, ковры Кавказа и Ирана, кофе мокко Аравии, шотландское виски, цейлонский чай, виноградники долины Луары, Бордо, Бургундии.

В древности название, указывающее на город, страну, место происхождения, служило преимущественным или даже единственным средством обозначения товаров. Глиняная посуда, произведенная в Древнем Китае, маркировалась обозначениями, указывающими имя правящего императора, имя производителя и место производства изделия. В отдельных провинциях Римской империи ремесленники наносили на изготовленные ими

---

<sup>9</sup> Гульбин Ю.Т. Исключительные права на средства индивидуализации товаров – наименования мест происхождения товаров: монография / Ю.Т. Гульбин. – Москва: Изд-во «Статус», 2007. – 107с. – ISBN 978-5-8354-0409-4

масляные лампы клейма, и покупатели повторяли заказы на те лампы, которые были наилучшего качества по сравнению с аналогичными изделиями других мастеров.<sup>10</sup>

В обозначенном контексте возникали производственные технологии и специфические традиции изготовления, присущие только данному товару, что приводило изготовителей к мысли о том, что следует бережно относиться к оригинальности, характерным особенностям и секретам производства. В некоторых районах выделялись группы изготовителей, которые передавали опыт изготовления отдельных товаров из поколения в поколение. Основной целью было отличить выпускавшиеся на рынок товары от аналогичных, но изготовленных в других местах и не обладающих соответствующими особенностями.

С развитием торговых отношений географические обозначения становились все более востребованными, так как выступали как наименования самих природных объектов (топонимы) и одновременно как коммерческие обозначения для идентификации товаров<sup>11</sup>.

Со временем возникла необходимость охраны подобных способов индивидуализации на государственном уровне. Таким способом охраны являлась регистрация на основе законов, предметом регулирования которых был изначально товарный знак. Фактически это означало отсутствие критерия разграничения и деления средств индивидуализации на виды, и, как следствие, распространение механизма охраны товарного знака на все средства индивидуализации.

В первых законах, принятых в данной сфере и касающихся охраны товарных знаков, были закреплены положения (принцип территориальности, ограничения периода, на который предоставлялась охрана, обязательная

---

10 Баттахов П.П. История развития законодательства о средствах индивидуализации. <<https://m.cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-zakonodatelstva-o-sredstvah-individualizatsii>> (дата обращения: 24.01.2017).

<sup>11</sup> См. об этом: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / М.Н. Соколова. – М., 2002. – 15с.

регистрация), которые и в настоящее время присущи законодательству в сфере охраны средств индивидуализации. Так, первым нормативным актом, регулирующим отношения по поводу товарного знака, являлся акт, принятый в 1266 г. английским парламентом, который закреплял обязанность каждого пекаря проставить на своем изделии знак, который бы отличал его изготовителя. Сделано это было для того, чтобы идентифицировать производителя при выявлении недостатков выпечки.

Со временем возникла необходимость в специальном правовом регулировании названий, связанных с определенной географической местностью, с тем, чтобы исключить возможность неправомерного использования их другими изготовителями. Так, постепенно зародилось правовое понятие наименования места происхождения товара.

Как правовая категория наименования места происхождения оформляются в конце XIX – начале XX вв.<sup>12</sup> Правовая охрана наименования места происхождения товара, как средства его индивидуализации, в законодательстве зарубежных стран развивалась одновременно с законодательством о недобросовестной конкуренции, законодательством о товарных знаках, а также законодательством о торговле.<sup>13</sup>

Примечательно, что в мировой практике исторически использовалось две модели регулирования отношений с использованием наименования места происхождения товара<sup>14</sup>. В целях обеспечения эффективной правовой охраны ряд стран, например, Франция, Китай приняли специальные законы, посвященные охране наименований мест происхождения товаров, в то время как в другой группе стран (США, Англия, Германия) такие отношения регулируются в рамках иных законов (в частности, в США - Законом о товарных знаках от 1946 года), т.е. отсутствуют специальные законы, напрямую регулирующие отношения, возникающие по поводу наименования

---

<sup>13</sup> Баттахов П.П. Указ. соч.

<sup>14</sup> Баттахов П.П. Указ. соч.

места происхождения товара, а также специальные акты по охране конкретных обозначений<sup>15</sup> (такие как, например, Закон Франции «Об охране наименований происхождения» 1919 г.). Однако с развитием кодификации и иной систематизации законодательства, такие отдельные законы либо отменялись, либо их положения включались в иные акты. Так, например, вышеуказанный закон Франции стал частью кодификации законодательства в сфере защиты прав потребителей, и его положения были включены в французский Кодекс потребителя (Закон № 93-949 от 26.07.1993 г.)<sup>16</sup>.

Одновременно с законодательством по охране наименования места происхождения товара используется также законодательство о борьбе с недобросовестной конкуренцией (запрещающее применение ложных или вводящих в заблуждение обозначений как предмета антимонопольного регулирования), законодательство о товарных знаках (в большинстве стран национальные законодательства включают правила, запрещающие использование в товарных знаках вводящих в заблуждение обозначений относительно места происхождения товара). Такое положение вещей представляется вполне логичным ввиду того, что в процессе использования наименования места происхождения товара затрагиваются различные сферы правоотношений, среди которых конкурентные отношения, а также вопросы соотношения с режимом охраны товарных знаков имеют особое значение для целей определения оптимальных способов использования наименования места происхождения товара, а также упорядочивания соответствующего рынка товаров.

Глобализационные процессы, активное экономическое взаимодействие между странами привели к тому, что национальной охраны географических обозначений оказалось недостаточно, возникла потребность в международном сотрудничестве.

---

<sup>15</sup> Васильева Е.В. Гражданское и торговое право капиталистических государств: Учебник - М., 1993. Изд – Международные отношения, 3-издание, с. 504

<sup>16</sup> Loi n° 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation <<http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=1573>> (Дата обращения: 11.07.2017).

С конца XIX в. государства ввиду активного развития международной торговли и процессов глобализации осознали необходимость установления международно-правовой охраны основных объектов промышленной собственности. Кроме того, доступным способом такого сотрудничества представлялись принятые с середины XX в. двусторонние соглашения, в тексте которых согласовывались позиции сторон по охране различных объектов промышленной собственности (Франко-итальянское соглашение о фабричных и торговых знаках от 8 января 1955 г., советско-французское Соглашение о взаимной охране и использовании прав промышленной собственности от 19 мая 1970 г). Решение противоречий в сфере права промышленной собственности на международном универсальном уровне было задачей сложной, в частности, ввиду различных подходов к охране промышленной собственности в мире<sup>17</sup>.

Однако государствам за период с конца XIX до конца XX века удалось согласовать и принять ряд международных договоров, имеющих важное значение в сфере охраны средств индивидуализации, содержащих обозначения, связанные с географической местностью.

Одним из ключевых факторов необходимости разработки международно-правовой охраны таких обозначений, представляется их значение для развития сельскохозяйственных регионов и сохранение культурно-исторического наследия<sup>18</sup>.

Так, основными международными договорами, регулирующими охрану наименований мест происхождения товаров и географических указаний, являются: Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г., Мадридское соглашение о пресечении ложных и вводящих в

---

<sup>17</sup> Шахназаров Б.А. Некоторые терминологические аспекты международного права промышленной собственности // «Lex russica (Русский закон)» №8, 2016, СПС Консультант

<sup>18</sup> См. об этом: Paus Marguerite. Geographical Indications and Rural Development: Governance and territorial impact, illustrated by case studies // Omniscryptum GmbH & Company Kg., 2012 <[https://books.google.ru/books?id=Kz24NAEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKНbqdBm84HhDoAQgnMAA](https://books.google.ru/books?id=Kz24NAEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKНbqdBm84HhDoAQgnMAA)> (Дата обращения – 13.02.2018).

зablуждение указаний происхождения на товарах 1891 г., Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958 г., Соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), принятое в рамках ВТО в 1994 г.

Уже в конце XIX века, приняв Парижскую конвенцию об охране промышленной собственности 1883 г. (далее – Парижская конвенция), государствам удалось выработать усредненные подходы к средствам индивидуализации товаров и услуг на международно-правовом уровне. На данный момент участниками Парижской конвенции являются 176 государств. Российская Федерация является участником конвенции, как правопреемник СССР, который присоединился к конвенции в 1965 г.

В перечень объектов промышленной собственности попал и объект, содержащий обозначение, связанное с географической местностью: «наименование места происхождения» (далее также - НМПТ). Именно в Парижской конвенции правовая охрана наименований мест происхождения товара впервые нашла отражение на международном уровне.

Следует отметить, что в первоначальном тексте конвенции наименования места происхождения товара в качестве объекта охраны не упоминались. В 1911 г на Вашингтонской дипломатической конференции в текст Парижской конвенции в качестве самостоятельного объекта промышленной собственности были включены указания происхождения, а затем, уже в 1925 г. на Гаагской дипломатической конференции – наименования мест происхождения. Это было связано с необходимостью создания эффективного механизма защиты географических обозначений товаров с учетом активного развития международного торгового оборота.

Еще один объект охраны промышленной собственности по Парижской конвенции, упомянутый выше, указание происхождения - является наиболее ранней формой информирования о происхождении изделия. В процессе развития товарообмена, информация была недостаточно полной, без

указания места нахождения изготовителя, что не устраивало ни производителя, ни потребителя.

Указание происхождения получило международно-правовую охрану еще до закрепления наименований места происхождения (в 1911 г. в тексте Парижской конвенции в редакции Вашингтонского акта), но географическим обозначением и вообще средством индивидуализации, на наш взгляд, не является (см. об этом параграф 4 главы 1 настоящего исследования).

Следует отметить, что Парижская конвенция не использует в своей терминологии понятие географического указания. В п. 2 ст. 1 используются термины «указание происхождения» и «наименование места происхождения». Обращает на себя внимание и то обстоятельство, что в рассматриваемом обозначении отсутствует указание именно на товар, что оставляет государствам возможность расширения, конкретизации объектов индивидуализации при использовании наименования места происхождения (распространение его использования как в отношении товаров, так и в отношении услуг).

При этом, в большинстве случаев, в национальном законодательстве различных государств речь идет о наименованиях места происхождения товара (в том числе, в РФ). Однако существуют национальные законы, допускающие использования наименований мест происхождения и в отношении услуг (например, в Бразилии, см. об этом § 1 гл. 3 настоящего исследования).

Анализируя содержание Парижской конвенции, Горленко С.А. проводит деление ее положений на 4 группы<sup>19</sup>.

К первой группе относятся нормы международно-правового характера, устанавливающие права и обязанности государств - членов Союза в области охраны объектов промышленной собственности. К ним относятся: нормы,

---

<sup>19</sup> См. об этом: Горленко С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров. <<https://m.cyberleninka.ru/article/n/95-04-019-gorlenko-s-a-pravovaya-ohrana-naimenovaniy-mest-proishozhdeniya-tovarov-vseros-nii-pat-inform-m-vniipi-1994-102-s>> (Дата обращения: 6.02.2016).

обязывающие государства — члены Союза договариваться между собой относительно эмблем и других знаков, которые не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака; нормы, обязывающие эти государства создавать национальные службы промышленной собственности; нормы, предусматривающие возможность заключения специальных соглашений между государствами — членами Союза и др.

Во вторую группу входят нормы, относящиеся к обязанности или праву государств — членов Союза принимать соответствующие национальные законодательства в области охраны промышленной собственности. Они включают нормы, обязывающие государства осуществлять защиту от недобросовестной конкуренции и обеспечивать правовые средства эффективного пресечения незаконных действий, касающихся наименований мест происхождения и др.

Третью группу составляют материально-правовые нормы, касающиеся прав и обязанностей частных лиц, требующие применения к этим лицам норм национального законодательства.

Четвертая группа — это материально-правовые нормы, касающиеся прав и обязанностей частных лиц, но не отсылающие к национальному законодательству, а самостоятельно регулирующие некоторые ситуации. К ним относятся: порядок признания лица заинтересованной стороной в действиях против ложных указаний происхождения товаров; определение актов недобросовестной конкуренции и др.<sup>20</sup>

Последняя группа норм, таким образом, регулирует и наиболее распространённые отношения в сфере охраны различных указаний происхождения, которые сводятся к появлению на рынке поддельных товаров с незаконно нанесёнными указаниями. В результате, наносится урон, во-первых, покупателю, во-вторых, правообладателю, имеющему законное право на использование указания происхождения. Выражается это в том, что покупатель, введенный в заблуждение неправомерно проставленным

---

<sup>20</sup> См. об этом: там же.

указанием, приобретает некачественный товар, что, естественно наносит материальный и моральный ущерб производителю, обладающему основанием и правом простановки указания происхождения.<sup>21</sup>

Что касается непосредственно наименований места происхождения, то в силу отсутствия специальных норм, посвященных этим объектам охраны промышленной собственности, Парижская конвенция 1883 г. носит декларативный, ограничительный характер правовой охраны наименований мест происхождения. Поэтому возникла необходимость заключить отдельное соглашение в этой области. Такая необходимость обуславливалась и тем, что в конце XIX в. усугубилась проблема использования ложных указаний на поддельных товарах.

В связи с этим в Мадриде в 1891 г. было подписано Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах (далее – Мадридское соглашение).<sup>22</sup> Данное соглашение несколько раз пересматривалось: в 1911 г. в Вашингтоне, в 1925 г. в Гааге, в 1934 г. в Лондоне и в 1967 г. в Стокгольме. На данный момент участниками Соглашения являются 38 государств.<sup>23</sup>

Особенностью Мадридского соглашения является то, что в нем речь идет о ложных указаниях на товарах в отношении места производства, что лишает потребителей права на достоверную информацию о товаре. В данном правовом источнике указывается, что поместить указание происхождения на товаре означает лишь предоставить правильную (честную) информацию о месте его происхождения, о его изготовителе и продавце.

Следует отметить, что в Парижской конвенции также используется термин «ложные указания». Ст. 10 Парижской конвенции «Ложные указания:

---

<sup>21</sup> См. об этом: Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Г.М. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика применения. Практическое пособие - М.: Гардарики, 1997, с. 120.

<sup>22</sup> См. об этом: Григорьев А.Н. Географические указания: проблемы правовой охраны на национальном и международном уровнях: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.Н. Григорьев. – М., 1995. С. 18.

<sup>23</sup> РФ не участвует в Соглашении

арест при ввозе продуктов, снабженных ложным указанием о происхождении продуктов или личности производителя и т.д.» распространяет на ложные указания положения об аресте продуктов, незаконно снабженных товарным знаком или фирменным наименованием и иных мерах ответственности (в случае, когда арест законодательством той или иной страны-участницы Парижской конвенции не предусмотрен п.6 ст. 9).

Однако в отличие от положений Парижской конвенции, требование о наложении ареста на товары, содержащие ложные указания места происхождения в отношении стран-участниц Мадридского соглашения является обязательным. Суть Мадридского соглашения состоит в том, что на все товары, содержащие ложные или вводящие в заблуждение указания происхождения, которые прямо или косвенно указывают на одно из договаривающихся государств или место происхождения (в государстве - участнике Соглашения), должен быть наложен арест при их ввозе, либо должен быть запрещен вывоз этих товаров. Возможно применение и других санкций в отношении товаров, содержащих ложные или вводящие в заблуждение указания происхождения на товарах.

Еще одним отличием указанного соглашения от Парижской конвенции является положение о том, что определенная роль предоставляется таможенным органам в чьи обязанности входит сообщать заинтересованной стороне о факте задержки товаров, на которых проставлены ложные или вводящие в заблуждение обозначения. Предоставление данной информации необходимо для того, чтобы заинтересованная сторона имела возможность принять меры по предотвращению дальнейшего незаконного использования обозначений.

В научной литературе высказывается точка зрения<sup>24</sup>, согласно которой Мадридское соглашение не предоставляет значительных преимуществ в отношении объекта охраны по сравнению с Парижской конвенцией,

---

<sup>24</sup> См. об этом: Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Г.М. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика применения. Практическое пособие - М.: Гардарика, 1997, с. 120.

поскольку решение вопроса о том, какие указания происхождения не попадают под охрану как видовые наименования товаров, оставлено на усмотрение уполномоченных органов государств-участников Соглашения.

Действительно, в соответствии со ст. 4 Мадридского соглашения суды каждой участвующей в нем страны принимают решения о том, какие указания происхождения вследствие их родового характера не подпадают под действие настоящего Соглашения. Вместе с тем, региональные наименования мест происхождения, относящиеся к происхождению продуктов виноделия, не охватываются оговоркой, которая предусматривается данной статьей.<sup>25</sup> К примеру, французское законодательство содержит нормы, не позволяющие наименованию мест происхождения вин стать родовым наименованием.

Анализируя первые попытки консолидации усилий государств по международно-правовому регулированию различных объектов промышленной собственности в конце XIX века и их результаты, можно заключить, что соответствующее согласование происходило преимущественно в сфере, направленной на обслуживание торговых интересов компаний, и ставились задачи оптимизации и унификации правового поля, прежде всего, международной торговли и «изобретательства».

Следующим важным этапом в развитии международно-правового регулирования географических обозначений стало принятие в 1958 г. Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации, которое вступило в силу в 1966 г. В дальнейшем оно было пересмотрено в Стокгольме в 1967 г., а в 1979 г. было дополнено поправками. 11-21 мая 2015 г. в рамках Всемирной организации интеллектуальной собственности в г. Женева состоялась

---

<sup>25</sup> wipo.int; Official Web-site of the WIPO. Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods (Official translation). <[http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\\_id=286776](http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file_id=286776)> (дата обращения: 25.01.2017).

дипломатическая конференция, в рамках которой был принят Женевский акт Лиссабонского соглашения, предоставляющий возможность осуществлять международную регистрацию как наименований мест происхождения товара, так и географических указаний.

Лиссабонское соглашение носит важный характер в сфере международно-правовой охраны географических обозначений, но в силу ряда причин (в том числе, терминологические и содержательные различия в подходах к охране географических обозначений в национальном законодательстве разных стран, а также сложность процессов согласования единых универсальных подходов ко всем географическим обозначениям независимо от объекта индивидуализации) не получило широкого распространения<sup>26</sup>.

Лиссабонское соглашение представляет собой специальное соглашение, в соответствии со статьей 19 Парижской конвенции по охране промышленной собственности, предусматривающей, что любая страна, являющаяся участницей Конвенции, может присоединиться к Соглашению по охране промышленной собственности. На данный момент общее количество участников соглашения составляет 28 стран. Россия участницей Соглашения не является, также как, например, США, Япония и Великобритания.

Лиссабонское соглашение закрепляет понятие наименования места происхождения товара, которое отсутствовало в Парижской конвенции (она не детализировала и не раскрывала понятие наименования места происхождения) и в Мадридском соглашении, предметом регулирования которого являлось указание происхождения. Кроме того, Соглашение регулирует порядок регистрации наименования места происхождения товара.

---

<sup>26</sup> По состоянию на 27.07.2018 Лиссабонское соглашение вступило в силу и действует на территории 28 государств (РФ не участвует в Соглашении). Последняя редакция Соглашения - Женевский акт 2015 г. на данный момент не вступил в силу (однако имеет серьезное гармонизирующее значение). Информацию о статусе Соглашения в различных его редакциях см. на официальном сайте ВОИС: <<http://www.wipo.int/treaties/ru/registration/lisbon/>> (дата обращения: 27.07.2018).

Лиссабонское соглашение находится под контролем ВОИС, которая хранит в международном реестре наименования мест происхождения товаров и публикует их (сведения доступны в электронном формате на веб-сайте ВОИС). Органом, обеспечивающим административную работу с международными заявками, является международное бюро ВОИС, находящееся в Женеве. Регистрация осуществляется на основе заявки компетентного органа страны-участницы Соглашения. Важной функцией международного бюро ВОИС является уведомление других договаривающихся государств о регистрации наименования места происхождения. К компетенции международного бюро также отнесено ведение Международного реестра наименований мест происхождения и официальное уведомление других Договаривающихся стран о регистрациях. Оно также публикует их в официальном бюллетене Лиссабонской системы «Наименования мест происхождения». Все договаривающиеся государства обязаны обеспечивать правовую охрану любого зарегистрированного наименования места происхождения до тех пор, пока данное наименование охраняется в стране происхождения. Однако из этого правила есть исключение. Любое из государств-участников имеет право в течение года заявить об отказе в охране какого-либо международного зарегистрированного наименования.

Обозначенные правила свидетельствуют о создании на базе рассматриваемого документа единого правового поля международно-правовой охраны наименований мест происхождения товара с привязкой к базовой охране в стране происхождения, что, в свою очередь, представляется логичным, ввиду особой тесной связи объекта с территорией того или иного географического района и отличительной чертой НМПТ в системе средств индивидуализации товаров.

Для вступления в Соглашение государство должно соответствовать определенным требованиям - быть участником Парижской конвенции и сдать ратификационные грамоты или акты о присоединении на хранение

Генеральному директору ВОИС. Связь положений Лиссабонского соглашения с положениями Парижской конвенции свидетельствует о системном международно-правовом подходе к охране НМПТ, который, в свою очередь, может быть использован при формулировании оптимальной терминологической детерминации понятий в сфере охраны средств индивидуализации в национальном законодательстве той или иной страны.

В рамках Лиссабонского соглашения создан Союз, который имеет Ассамблею. Наиболее важными задачами Ассамблеи являются принятие двухлетней программы и бюджета Союза.

В то же время, в тексте Соглашения содержатся нормы, препятствующие расширению круга участников данного международного договора. Причиной этому явилось то обстоятельство, что соглашение ориентировано на государства с особым режимом охраны соответствующих объектов. Данный вывод следует из положения п. 2 ст.1, согласно которому страны обязуются охранять на своей территории указания места происхождения изделий других стран-членов специального Союза, признанные и защищаемые в этом качестве в стране происхождения и зарегистрированные в Международном бюро интеллектуальной собственности.<sup>27</sup>

Правовая охрана каждого наименования места происхождения в стране происхождения вытекает либо из национальной регистрации, либо из специального законодательного акта о его правовой охране. Но лишь немногие страны имеют национальные законодательства, предоставляющее охрану именно наименованию места происхождения товара. В частности, во Франции действует Кодекс интеллектуальной собственности, в Израиле действует Кодекс об охране наименований мест происхождения товаров, в Болгарии – Закон о товарных знаках и промышленных образцах.

---

<sup>27</sup> Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration  
< [http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\\_id=285838](http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file_id=285838)> (дата обращения: 25.01.2017).

Вышеуказанное соглашение обеспечивает правовую охрану наименований мест происхождения товаров, то есть географических названий, которые в сознании потребителя прочно связаны с товаром, произведенным в определенной местности.

В случае отсутствия такой связи, указание не может рассматриваться как наименование места происхождения товара. Данное требование становится определенным препятствием для присоединения к соглашению стран. Трудность заключается в том, что доказать наличие близкой связи между качеством, характерными свойствами продукции и географической средой, очень сложно.

Развитие международного оборота товаров привело к системному сотрудничеству государств по различным аспектам международной торговли, среди которых отдельное место уделялось модернизации правовых подходов к географическим обозначениям товаров. В 1995 году в рамках Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), заключенного в 1947 году, в целях регулирования международной торговли была создана Всемирная торговая организация (ВТО). В пакет документов о создании ВТО входило Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Далее - ТРИПС), принятое в рамках Уругвайского раунда ГАТТ в 1994 г. и вступившее в силу в 1995 г. На данный момент Соглашение подписали 164 страны, включая Российскую Федерацию.

Как отмечается в научной литературе, согласование положений ТРИПС привело к установлению единых стандартов охраны основных объектов интеллектуальной собственности, выработке общих правил о разрешении споров при нарушении прав, кроме того в Соглашении ТРИПС был расширен перечень охраняемых объектов промышленной собственности.<sup>28</sup> Из средств индивидуализации под охрану ТРИПС подпадают товарные знаки (знаки обслуживания) и географические указания. Таким образом, именно в

---

<sup>28</sup> Шахназаров Б.А. Некоторые терминологические аспекты международного права промышленной собственности // «Lex russica (Русский закон)» №8, 2016, СПС КонсультантПлюс.

Соглашении ТРИПС впервые на международно-правовом уровне появляется новый термин «географическое указание» как разновидность географического обозначения, отличная по замыслу разработчиков Соглашения от известного на международном уровне уже более ста лет объекта промышленной собственности – наименования мест происхождения товара.

Действительно, наименование места происхождения – это исторически первый вид географических обозначений, закрепленный на международно-правовом уровне, в то время как термин географическое указание на международно-правовом уровне появился лишь с принятием в 1994 г. в рамках ВТО ТРИПС, содержащего раздел 3 «Географические указания».

Вместе с тем, исторически сложившаяся неопределенность в употреблении терминов географическое указание и наименование места происхождения товаров в международных источниках привела к нечеткому разграничению этих понятий<sup>29</sup>. Даже последний по времени принятия международно-правовой документ (принятый в мае 2015 г. Женевский акт Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации от 31 октября 1958), предусматривающий систему охраны наименований места происхождения товаров и географических указаний, не снял всех противоречий.

Соглашение ТРИПС представляется следующим после Лиссабонского соглашения важнейшим шагом по унификации правил охраны географических обозначений на многостороннем уровне. На этапе переговоров по принятию соглашения были разрешены противоречия между двумя разными подходами к юридической природе торговой деятельности с использованием географических указаний<sup>30</sup>. Первый обсуждаемый подход -

---

<sup>29</sup> См. об этом: Шахназаров Б.А. Отдельные терминологические вопросы международно-правового регулирования средств индивидуализации // Актуальные проблемы российского права. 2016. №6 (67). Стр. 199.

<sup>30</sup> См. об этом: Gangjee Dev S. Research Handbook on Intellectual Property and Geographical // Edward Elgar Publishing Limited. 2016. P. 234.

это понимание географического указания как национального, общественного актива (в этом контексте в науке иногда отмечается и коллективный характер прав на географические указания<sup>31</sup>); второй подход связан с частным характером прав на географические указания (как в случае с товарными знаками). В Соглашении абстрактно, но все же реализованы положения об охране географических указаний с учетом обоих подходов (а именно, как частно-правовых возможностей использования и охраны географических указаний, так и публичных механизмов их защиты, включая регистрацию), несмотря на то, что в зарубежной доктрине имеются мнения о частном характере отношений, на регулирование которых направлено Соглашение и особом частно-правовом значении в этом контексте права использования географических указаний<sup>32</sup>.

Соглашение ТРИПС касается также правил защиты от недобросовестной конкуренции. Положения о защите против недобросовестной конкуренции представляются действенным дополнительным механизмом защиты интересов правообладателей географических обозначений наряду со специальным законодательством в сфере охраны географических обозначений, если соответствующие товары обладают отличительными свойствами и качеством, обусловленными географическими признаками<sup>33</sup>. В этом логика положений Соглашения ТРИПС соответствует Парижской конвенции по охране промышленной собственности. Более того, Соглашение ТРИПС прямо отсылает к тексту Парижской конвенции и обязывает страны-члены ВТО соблюдать ее положения.

---

<sup>31</sup> См. об этом: Singh Vandana. *The Law of Geographical Indications: Rising Above the Horizon* // Eastern Law House. 2017.

<<https://www.amazon.in/Law-Geographical-Indications-Rising-horizon/dp/8171773176>> (Дата обращения – 13.02.2018)

<sup>32</sup> См. об этом: Audier Jacques. *De la nature juridique de l'appellation d'origine* // Bulletin de l'OIV, 1993 pp. 21-37; Audier Jacques. *Protection of geographical indications in France and protection of French geographical indications in other countries. Symposium on the Protection of Geographical Indications in the Worldwide Context*. Eger Hungary. 1997. WIPO 1999. P.239

<sup>33</sup> См. об этом: Maonera Felix. *Extension of the Additional Geographical Indications for Wines and spirit to other products: Developing a SADC position* // SATRN. 2003. P. 27

Следует отметить, что Соглашение ТРИПС устанавливает новый подход к охране географических обозначений. Термин «географическое указание» не использовался ранее в универсальных международных договорах, но использовался в Регламенте ЕС №2081/92 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров». Как отмечается в зарубежной доктрине, именно ЕС инициировал включение географических указаний в текст Соглашения ТРИПС, чему активно возражали США, Канада, Австралия и некоторые другие страны<sup>34</sup>, предлагающие иные режимы охраны географических обозначений на международном уровне.

В Соглашении ТРИПС сделаны ссылки на Парижскую конвенцию, но не упоминаются ни Мадридское соглашение о пресечении ложных и вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах, ни Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения товаров. Это можно объяснить тем, что, Соглашение ТРИПС создавалось в основном специалистами из стран англо-американской системы права (преимущественно специалистами из США), которые не являлись участниками названных договоров. Кроме того, в зарубежной доктрине высказывается мнение о том, что для таких стран регулирование географических указаний в соглашении ТРИПС, представляет собой отступление и модернизацию защиты географических указаний на международном уровне<sup>35</sup>.

Национальное законодательство стран с переходной экономикой в той или иной мере содержит положения об охране наименований мест происхождения товаров или географических указаний с учетом в основном положений Парижской конвенции и Соглашения ТРИПС и в меньшей мере — Мадридского и Лиссабонского соглашений. Причиной этого является тот

---

<sup>34</sup> См. об этом: Conrad Albrecht. The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement, Volume 86 Trademark Rep. 11, 1996. PP. 29–31.

<sup>35</sup> Bramley Cerkia, Bienabe Estelle, Kirsten Johann. Developing Geographical Indications in the South: The Southern African Experience // Springer Science & Business Media, 2013. P. 3.

факт, что в таких странах с учетом экономических процессов, административных и финансовых возможностей целесообразно установление минимальных стандартов охраны географических обозначений.

Действительно, экономические процессы, связанные с развитием, расширением, экономической профилизацией того или иного региона, в отношении которого используется географическое обозначение, зачастую оказывают первостепенное влияние на вектор законодательства соответствующих государств происхождения таких товаров. Примером такого воздействия также служат ограничительные экономические подходы, например, такие, согласно которым географическое обозначение - это форма коллективной монополии, которая создает барьер для входа на тот или иной рынок товаров для производителей.<sup>36</sup>

Кроме того, данные процессы также влияют на адаптацию национальных законодательств к положениям международных договоров в сфере охраны географических обозначений.<sup>37</sup> Однако это не умаляет унифицирующего и гармонизирующего значения положений обозначенных выше международных договоров, ввиду гибкости и ориентированности на баланс интересов большого круга государств-участников по непростым, связанным с государственной идентичностью, вопросам для согласования.

В XX веке проблемы охраны рассматриваемых объектов стали предметом обсуждения и на региональном уровне, в частности, среди Европейских государств появилась необходимость правового регулирования географических обозначений в отношении отдельных видов товаров. Товарами, для которых потребовалось введение специальной охраны, оказались сыры. Так, в 1951 г. была подписана Стрезская конвенция по

---

<sup>36</sup> См. об этом: Rangnekar Dwijen. The Socio-economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe // UNCTAD-ICTSD. 2004. P. 18.

<sup>37</sup> См. об этом: Deconinck Koen, Swinnen Johan. The Political Economy of Geographical Indications // American Association of Wine Economists. 2014.  
<[https://books.google.ru/books?id=Foz7nQAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQg6MAM](https://books.google.ru/books?id=Foz7nQAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQg6MAM)> (Дата обращения – 13.02.2018)

использованию наименований мест происхождения и наименований сыров<sup>38</sup>. Таким образом, страны (Австрия, Германия, Франция, Италия, Нидерланды, Норвегия, Швеция и Швейцария) следили за ложным использованием наименований мест происхождения сыров на их территории. В иностранной литературе отмечается, что принятие конвенции было направлено на осуществление охраны производства данного вида продукции, обеспечение особых качеств различных видов сыров и доведение до сведения покупателей информации о товаре соответствующего качества.<sup>39</sup>

Конвенция предоставляла 2 системы охраны наименований мест происхождения и наименований сыров. К 1-ой системе относились сыры, список которых содержался в приложении «А» к Конвенции (Гаргонзола, Пармезан, Рокфор и Пеколино-Романо). Данные товары могли быть произведены лишь в определенной географической местности. Вторая группа продуктов (Камамбер, Данаблю, Эдем, Эмменталь, Грюйер, Пинцгауэр Бирказе), перечисленных в приложении «В» Конвенции не обладала абсолютной охраной. Т.е. товары, произведенные в одной из стран-участниц Конвенции могли носить такие названия лишь в том случае, если они обладали определенными весовыми характеристиками, соответствовали по размеру, форме, цвету корки сыра, содержанию жира. Такой подход был обусловлен тем обстоятельством, что к тому моменту данные обозначения стали видовыми и использовались за пределами их географического региона.

Однако, в настоящее время подход, использовавшийся в Конвенции полностью вытеснен принципами защиты географических обозначений в ЕС, согласно которым многие типы сыров, указанные в приложении «В» Конвенции, подпадают под охрану наименований места происхождения

---

<sup>38</sup> Stresa international convention for the use of appellations of origin and denominations of cheeses. 1.06.1951.

<[http://www.wipo.int/mdocsarchives/WIPO\\_TAO\\_1974/WIPO\\_TAO\\_74\\_1\\_3\\_E.pdf](http://www.wipo.int/mdocsarchives/WIPO_TAO_1974/WIPO_TAO_74_1_3_E.pdf)> (дата обращения: 12.07.2017).

<sup>39</sup> Agraia M.M. The Right to Safe Food: A Short Path to the Roots of the International Legal Protection of Food Safety // European Food and Feed Law Review № 12. 2017. P. 340.

товаров и географических указаний ЕС. К примеру, сыр Данаблю, который не может быть произведен ни в какой иной стране кроме Германии.<sup>40</sup>

Вышеуказанный акт утратил свою актуальность с принятием Регламента ЕС №2081/92 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров»<sup>41</sup>. Позже был принят Регламент №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов»<sup>42</sup>. В настоящее время действует Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»<sup>43</sup>.

В развитие регионального опыта регламентации географических обозначений в отношении отдельных видов товаров в 1963 г. был подписан уже универсальный Международный договор об оливковом масле<sup>44</sup>. Он предусматривал, что наименования места происхождения товара применяются только к чистому оливковому маслу, полученному исключительно из оливок в стране-участнице или происходящему из этой страны, и что они могут использоваться лишь в отношении продукции, удовлетворяющей установленным в стране происхождения стандартам

---

<sup>40</sup> O'Connor Bernard. The Law of Geographical Indications // Cameron May. 2004. P. 35

<sup>41</sup> Council Regulation (EEC) No 2081/92 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs. 14.07.1992.  
<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:EN:HTML>>  
(дата обращения: 12.07.2017).

<sup>42</sup> Council Regulation (EC) No 510/2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs. 20.03.2006.  
<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32006R0510>> (дата обращения: 12.07.2017).

<sup>43</sup> Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. 21.11.2012.  
<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:343:0001:0029:en:PDF>>  
(дата обращения: 12.07.2017).

<sup>44</sup> International olive oil agreement. 30.06.1963  
<[http://www.wipo.int/mdocsarchives/WIPO\\_TAO\\_1974/WIPO\\_TAO\\_74\\_1\\_3\\_E.pdf](http://www.wipo.int/mdocsarchives/WIPO_TAO_1974/WIPO_TAO_74_1_3_E.pdf)> (дата обращения: 12.07.2017).

качества. Этим же договором предусматривалось пресечение недобросовестной конкуренции.<sup>45</sup>

Таким образом, прослеживается тенденция к регламентации, как на международном, так и на региональном уровне охраны географических обозначений в отдельных областях производства, что, в свою очередь, свидетельствует о возможной дифференциации и детализации режимов охраны географических обозначений (в том числе требования к сырью, к стадиям производства), используемых в отношении отдельных категорий товаров.

Подводя итог анализу эволюционных процессов в сфере развития международно-правового регулирования географических обозначений отметим, что в Парижской конвенции по охране промышленной собственности, 1883 г., как универсальном фундаментальном международном договоре в сфере охраны объектов промышленной собственности, отсутствуют определения, признаки, детализированные подходы к режимам охраны таких географических обозначений, как наименования мест происхождения. Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации в обозначенном контексте представляется логическим продолжением взаимодействия государств по унификации и систематизации правового регулирования географических обозначений. Лиссабонское соглашение компенсирует недостаточное регулирование охраны географических обозначений Парижской конвенцией и детализирует положения последней. В то же время, потребности государств в обеспечении отдельных аспектов международной торговли привели к терминологической разобщенности международно-правовых подходов к географическим обозначениям ввиду принятия положений Соглашения ТРИПС о географических указаниях.

---

<sup>45</sup> Рассматриваемый документ утратил силу, так как был заменен более поздними одноименными соглашениями. В настоящее время действует Международное соглашение по оливковому маслу и столовым оливкам 2015 г.

Выработка унифицированных содержательных подходов к географическим обозначениям на международно-правовом уровне, преодоление терминологических противоречий остаются задачей до конца нерешенной и требующей дальнейшего активного сотрудничества государств в рассматриваемой сфере отношений.

## **§ 1.2. Терминологические проблемы разграничения географических обозначений**

Первоначально термин «географические указания» был предложен ВОИС в целях использования в названии нового международного договора, разрабатывавшегося в 70-х годах XX века (но так и не принятого)<sup>46</sup>. Данный термин был призван охватить все обозначения, указывающие на место географического происхождения товара (наименования места происхождения, указания происхождения)<sup>47</sup>. Иными словами, идея заключалась в том, чтобы предметом данного международного договора были как обозначения, индивидуализирующие товары как происходящие с определенной территории и отражающие качества и свойства товара, так и указывающие на место, где товар был произведен, независимо от его свойств. Такое широкое толкование данного термина в силу своей неэффективности так и не было реализовано<sup>48</sup>. Данный международный договор не был принят ввиду того, что не удалось сформулировать четкие критерии охраноспособности географических указаний и точно определить его соотношение с иными объектами охраны. Существование на тот момент отдельных актов, предусматривающих разные механизмы защиты различных обозначений (Парижская конвенция по охране промышленной

---

<sup>46</sup> См. об этом: Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. / - М., 2003.- 5 стр.

<sup>47</sup> См. об этом: Carreño I., Vergano P. R. Geographical Indications, “Food Fraud” and the Fight Against “Italian Sounding” Products // European Journal of Risk Regulation. 2016. P. 418, 419.

<sup>48</sup> См. об этом: там же.

собственности 1883 г., Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г., Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г.), было признано достаточным.

Если говорить о действующих международных договорах, то данный термин употребляется в Соглашении ТРИПС, Женевском акте Лиссабонского Соглашения 2015 г.

Географическое указание должно обладать различительным характером, при утрате которого оно может превратиться в родовое понятие. В качестве примеров приведем обозначения «Champagne» и «Chablis», которые во Франции рассматриваются как географические указания для товаров из определенных географических районов. В то же время в США они признаются родовыми понятиями и могут быть использованы для товаров, не происходящих из соответствующих французских регионов.

В связи с этим важно отметить, что географические указания, ставшие родовым понятием, ТРИПС не охраняются. Например, географическое указание – историческое название вина («продукта из винограда»), идентичное названию сорта винограда, произрастающего также на территории другой страны – участницы, не подпадает под охрану (например, вино «бордо» может производиться из винограда, выращенного в Калифорнии).

Наименование места происхождения товаров тоже может превратиться в родовое понятие. Однако, например, Лиссабонское соглашение содержит положения, препятствующие такому превращению (запрещая рассматривать в качестве родовых зарегистрированные наименования места происхождения, а в редакции Женевского акта 2015, также и зарегистрированные географические указания)

Говоря о содержательной стороне рассматриваемых объектов охраны, отметим, что в современном мире динамичное развитие международной торговли как двигателя мировой экономики, а зачастую и экономики

отдельных государств в условиях глобализации, приводит к необходимости модернизации законодательства в сфере охраны средств индивидуализации товаров и услуг. Термин «средства индивидуализации» не закреплен ни в одном из рассмотренных выше международных договоров. Однако его использование представляется целесообразным в отношении тех объектов промышленной собственности, которые обладают свойством, индивидуализирующим (придающим отличительный характер, например, согласно п. b, с ст. 6 – *quinquies* Парижской конвенции) товар, работу, услугу, юридическое лицо. В этом контексте наиболее специфичными из известных средств индивидуализации представляются наименования мест происхождения товаров и географические указания, как объекты, повышающие конкурентоспособность товаров и отличающиеся от товарных знаков и знаков обслуживания, а также коммерческих обозначений специальными режимами охраны.

Средства индивидуализации в контексте терминологии российского законодательства приравниваются к результатам интеллектуальной деятельности и пользуются правовой охраной в качестве полноценных объектов интеллектуальной собственности. В российском законодательстве признается охраноспособным средством индивидуализации наименование места происхождения товара (параграф 3 главы 76 раздела VII части IV ГК РФ «Право на наименование места происхождения товара»). Под ним понимается содержащее наименование географического объекта обозначение товара, особые свойства которого определяются (исключительно или главным образом) характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами (ст. 1516 ГК РФ). Таким образом, наименование места происхождения товара позволяет индивидуализировать товар посредством указания на место его происхождения, а также донести до сведения потребителя информацию о территории, на которой производится товар, специфических качествах и особенностях товара, связанных с соответствующей территорией.

Иными словами, наименование места происхождения товара – это обозначение, которое служит для выделения в массе товаров тех, которые обладают особыми свойствами.<sup>49</sup> Таким образом, в сознании потребителей возникает устойчивая связь между специфическими свойствами товара и местом его происхождения. Специфика охраны наименования места происхождения товара заключается и в особенностях реализации исключительных прав на рассматриваемый объект интеллектуальной собственности, которые сводятся, главным образом, к запрету отчуждения исключительного права на наименование места происхождения, а также к возможности получения исключительного права посредством регистрации НМПТ заинтересованным лицом, осуществляющим деятельность по производству товара с соответствующими особыми свойствами на территории соответствующего географического объекта<sup>50</sup>. Еще одной особенностью исключительного права на НМПТ является тот факт, что право на использование НМПТ может принадлежать не одному правообладателю, а целому ряду лиц. Таким образом, самостоятельным исключительным правом на НМПТ могут обладать все субъекты, производящие в границах соответствующего географического объекта товар, отвечающий определенным требованиям.

В настоящее время предметом широкого обсуждения, как на международном, так и на национальном уровне, является терминологическая неопределенность, исторически сложившаяся в связи с употреблением понятий: указания происхождения, географические указания, наименования мест происхождения товаров. В литературе многократно высказывались точки зрения относительно того, что в сфере охраны наименований мест

---

<sup>49</sup> См. об этом: Шелепина Е.А, Анисимова М.Л. Пробелы в правовом регулировании права на наименование места происхождения товара // Правовые проблемы права интеллектуальной собственности // Научно–практические круглые столы Филиала МГЮА им. О.Е. Кутафина в г. Вологде. Стр. 6-15.

<sup>50</sup> См. об этом: Шахназаров Б.А. Правовое регулирование отношений по трансграничной передаче прав на объекты промышленной собственности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Московская государственная юридическая академия им. О.Е. Кутафина. Москва, 2010. Стр. 98.

происхождения товаров применяется усложненная терминология, которая до сих пор не унифицирована на международном уровне, что ведет к нечеткому разграничению вышеуказанных понятий.<sup>51</sup>

В Парижской конвенции по охране промышленной собственности закрепляется принцип недопустимости ложных указаний о происхождении продуктов. Вместе с тем, как отмечает Григорьев А.Н.: «Парижская конвенция не закрепляет принцип пресечения вводящих в заблуждение указаний мест происхождения товаров, которые, хотя и не являются ложными, тем не менее, могут ввести общественность в заблуждение относительно места происхождения товара».<sup>52</sup>

По мнению Тахирова Г. И. положения конвенции не распространяются также на случаи использования так называемых делокализирующих оговорок, когда производители товаров, желая избежать обвинений в использовании ложных указаний мест происхождения товаров, добавляют к известным наименованиям товаров обозначения, указывающие на истинное место их изготовления, или слова «тип», «способ», «род», например, вино «типа Бордо».<sup>53</sup>

Также в Парижской конвенции отсутствует требование определенной репутации товара как правового условия охраны товара, происходящего из того или иного географического места.

Сущность указания происхождения закреплена, как уже упоминалось, в Мадридском соглашении о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891г. В этом соглашении предусмотрено, что поместить указание происхождения на товаре означает

---

<sup>51</sup> См. об этом: Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. Стр. 4.

<sup>52</sup> Григорьев А.Н. Европа: Охрана географических указаний. Интеллектуальная собственность. 1994 г., № 1-2, стр.13

<sup>53</sup> Тахиров Г.И. Совершенствование правовой охраны географических указаний в Республике Таджикистан: дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Г.И.Тахиров. – М., 2004. – 117с.

лишь предоставить правильную (честную) информацию о месте его происхождения, о его изготовителе и продавце.

В свою очередь, наименование места происхождения товара – более конкретное, специфическое понятие, которое представляет собой «географическое название страны, региона или местности, используемое для обозначения происходящего оттуда продукта, качества и свойства которого обусловлены исключительно или преимущественно географической средой, включая естественные и природные факторы» (ст.2 Лиссабонского соглашения<sup>54</sup>).

В случае использования наименования места происхождения товара также обозначается правильная информация о происхождении товара, но основная цель будет состоять не в том, чтобы назвать место, где товар произведен, а сделать акцент на наличии у товара особых свойств, обусловленных именно географическим местом его происхождения<sup>55</sup>.

Соглашение ТРИПС сосредоточилось на товарах с особыми качествами, сложившейся репутацией у потребителя или другими характеристиками, прямо связанными с местом их географического происхождения. В статье 22 соглашения ТРИПС закреплено определение географического указания: это обозначение, которое определяет товар как происходящий с территории данной страны или региона, или местности на этой территории, при этом особое качество, репутация или другие характеристики товара главным образом определяются его географическим происхождением.

---

<sup>54</sup> Хотя Россия в этом договоре не участвует, Правительство РФ уделяет пристальное внимание развитию Лиссабонской системы в контексте возможной модернизации российского законодательства и приведения его в соответствие с международными стандартами. См. Распоряжение Правительства РФ от 28 апреля 2015 года N 748-р «О направлении делегации Российской Федерации для участия в качестве наблюдателя в Дипломатической конференции по принятию нового акта Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации (г. Женева, Швейцария, 11-21 мая 2015 года)».

<sup>55</sup> Дмитриева Г.К. Международное частное право. Учебник – М.: Проспект, 2012, 3-издание, с. 551.

В соответствии со ст. 22.1 Соглашения ТРИПС, указание необязательно должно совпадать с названием географического объекта, чтобы подлежать охране в качестве географического указания. Географическое указание является неким видом обозначения, которое указывает на определенную страну, регион или местность и обладает определенным качеством, репутацией или иными характеристиками, которые связывают товар с географическим происхождением, но необязательно носит название географического места: это может быть географическое название или указание, которое не является географическим названием, если указание вызывает ассоциацию с местом происхождения. Например, географическое указание «Feta» используется в отношении сыров, которые производятся в определенных регионах Греции<sup>56</sup> (Эпир, Фессалия и др.), но, в то же время, региона «Feta» не существует, а слово «фета» означает ломоть, срез в переводе с греческого языка). В качестве еще одного примера можно привести обозначение «Basmati», используемое в отношении риса, произведенного в Индии и Пакистане, но такого названия местности не существует<sup>57</sup>. Для Индии, например, было важно не утратить свою идентичность и поэтому охрана продукции, отражающей особенности индийской культуры через механизмы географических указаний (при отсутствии соответствующего географического наименования) получила серьезную поддержку индийского правительства, которое успешно запрещает регистрацию и использование по всему миру сходных с Басмати обозначений (Texmati, Kasmati)<sup>58</sup>. Кроме того, встречаются и обратные

---

<sup>56</sup> См. об этом: O'Connor and Company European lawyers. Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members. <[http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc\\_135088.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf)> (дата обращения: 13.07.2017).

<sup>57</sup> См. об этом: Blakeney Michael. The Protection of Geographical Indications: Law and Practice // Edward Elgar Publishing Limited. 2014. P. 21.

<sup>58</sup> См. об этом: Latha R. Nair, Rajendra Kumar. Geographical Indications: A Search for Identity // LexisNexis, Butterworths. 2005. P. 181-182; Delphine Marie-Vivien. The Protection of Geographical Indications in India. 2015 <<https://books.google.ru/books?id=6bSqCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwiB0dT49qrYAhUiDJoKHRaiCUc4ChDoAQgnMAA#>>

случаи, когда обозначение товара становится настолько известным и общепринятым, что заменяет собой название самого товара. Так, например, черный чай Дарджилинг был зарегистрирован в рамках ЕС под простым названием «Дарджилинг» без указания непосредственно на товар (черный чай).<sup>59</sup>

Известны и распространены примеры использования в географических указаниях наименования исторического региона, который не существует в настоящее время (например, «Malabar pepper» - вид бумаги, охраняемый географическим указанием. Малабар - историческая область в Южной Индии, а бумага производится в индийском штате Керала<sup>60</sup>). В то же время, в обозначенном контексте, возможны ситуации введения в заблуждение потребителей, относительно происхождения товара. Например, в США в округе Бревэрд штата Флорида есть город «Malabar» (название города полностью совпадает с частью упомянутого выше индийского географического обозначения). Преодоление такого смещения, на наш взгляд, видится в нормативных требованиях государств о дополнительном указании на действительное место производство товара в случае с использованием и охраной географических указаний за рубежом (поскольку в пределах одного государства возникновение такой ситуации представить сложно).

Понятие «географическое указание» является более широким, чем понятие наименования места происхождения, которое определено в

---

v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false> (Дата обращения – 11.02.2018); Kapur Anu. Made Only in India: Goods with Geographical Indications // Routledge, 2016  
<[https://books.google.ru/books?id=2jBEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz\\_68DYAhXKBiwKHXbSDWY4ChDoAQhSMAY#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=2jBEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz_68DYAhXKBiwKHXbSDWY4ChDoAQhSMAY#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения – 11.02.2018).

<sup>59</sup> Yves van Couter, Florence d'Ath. Protecting the Origin of Foodstuffs in the European Union Indications of Origin and Trademarks as Intellectual Property Tools // European Food and Feed Law Review № 11. 2016. P. 295

<sup>60</sup> См. об этом: Nanda Nitya. The Protection of Geographical Indications in India: Issues and Challenges. Briefing Paper // TERI. 2013. P. 5-6.

Лиссабонском соглашении, ссылающемся на то, что наименование должно быть географическим названием страны, региона или местности.<sup>61</sup>

Соглашение ТРИПС строит систему охраны географических указаний на принципах общего запрета на введение в заблуждение общественности относительно происхождения конкретного товара. Данный принцип должен распространяться и на обозначения, которые могут не быть идентичными подлинным географическим указаниям, но вызывать с ними ассоциации.<sup>62</sup>

Из вышеупомянутого определения следует, что 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, присущими тому или иному географическому объекту. Для предоставления правовой охраны географическим указаниям требуются определенные качественные характеристики товара, но не достигающие до пределов уникальности, как в случае с наименованиями мест происхождения товаров.<sup>63</sup>

Со временем возникла потребность в гармонизации различных систем защиты географических указаний и НМПТ. На региональном уровне, в данном случае на уровне Европейского союза (ЕС), особый интерес в контексте режимов охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний представляет Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания». Данный документ заменил принятые ранее Регламент №2081/92 от 14 июля 1992 г. «Об охране

---

<sup>61</sup> См. об этом: Шахназаров Б.А. Модернизация права интеллектуальной собственности РФ в условиях членства в ВТО // "LEX RUSSICA (РУССКИЙ ЗАКОН)" №3, 2013 г. С. 291-301.

<sup>62</sup> Пирогова В.В. Географические указания (Соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности – ст.ст.22-24 ТРИПС), 2012 г., СПС Консультант

<sup>63</sup> См. об этом: Еременко В.И. О правовой охране наименований мест происхождения товаров в России // «Законодательство и экономика», N 5, май 2012 г. СПС Гарант.

географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров», а также Регламент №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов». Регламент №1151/2012 предоставляет охрану как наименованиям мест происхождения товара, так и географическим указаниям. Согласно п. 1 ст. 5 наименование места происхождения идентифицирует продукт, происходящий из специфического места, района или, в исключительных случаях, страны; качества или характеристики которого существенно или исключительно обусловлены определенной географической средой и присущими ей природными или человеческими факторами.

Иными словами, отличительные особенности такого продукта зависят от его географического происхождения и, как подчеркивается далее, все этапы производства проходят именно в данном географическом объекте: сырье получается, а также проходит обработку в данной географической среде (п. 3 содержит исключения в тех случаях, когда сырье может поступать из иной географической области). В свою очередь, понятие географического указания идентифицирует товар как происходящий из специфического места, района или страны и обладающий качествами, репутацией или другими характеристиками, объясняющимися главным образом его географическим происхождением, и, как минимум, один из этапов производства которого проходит в определенной географической области. Из данного описания вытекает, что такое условие как получение и обработка продукта в определенном географическом районе не обязательно для товара, охраняемого с использованием режима географического указания. Таким образом, Регламент проводит различительную, но в то же время тонкую грань между наименованием места происхождения товара и географическим указанием (см. подробнее о законодательстве ЕС в сфере охраны географических обозначений в главе 2 настоящего исследования). Для географических указаний требуется соответствие качественных

характеристик и репутации конечного продукта, изготовленного в конкретном географическом районе, установленным требованиям, а для наименований мест происхождения товаров – прямая зависимость от географических факторов свойств и качеств продукции, целиком произведенной в данном определенном географическом месте, которое дало свое название этому наименованию. Иными словами, НМПТ можно использовать только в отношении продукции, целиком происходящей из указанного места, т.е. сырье и переработка должны непременно происходить в соответствии с установленными правилами в конкретном географическом месте.

В отношении географических указаний допускаются определенные послабления: не требуется жесткой связи между качеством, особыми свойствами продукта и местом его происхождения. Достаточно существования определенной репутации в заинтересованных профессиональных кругах и у потребителей, связанной с территорией производства продукта.

Говоря о распространении географических указаний и наименований места происхождения товаров с учетом исторических этапов эволюции подходов к рассматриваемым объектам, отметим, что географические указания ввиду относительно недавнего закрепления на международном уровне не имеют столь широкого распространения, как наименования места происхождения товаров.

До недавнего времени понятие географическое указание в широком смысле использовалось ВОИС лишь в методических целях. На официальном сайте организации указано: «Географические указания и наименования мест происхождения – это обозначения, используемые на товарах, которые имеют определенное географическое происхождение и обладают свойствами, репутацией или характерными особенностями, обусловленными преимущественно этим местом происхождения. Чаще всего географическое

указание включает название места происхождения товаров»<sup>64</sup>. В то же время в Соглашении ТРИПС, как уже упоминалось, понятие «географическое указание», определяется как характеризующее товар и его свойства во взаимосвязи с конкретным географическим местом производства данного товара.

Деятельность ВОИС по совершенствованию Лиссабонской системы направлена на расширение круга участников Системы при сохранении ее принципов и целей. В период 2008-2014 гг. был подготовлен единый международно-правовой акт о правовой охране НМПТ и географических указаний на основе их международной регистрации путем модификации Лиссабонского соглашения в части НМПТ и включения в Лиссабонскую систему положений об охране географических указаний на основе их международной регистрации.

Для целей объединения на международном уровне различных систем охраны географических указаний и НМПТ была пересмотрена международная система регистрации наименований, которые определяют место происхождения товаров. 11-21 мая 2015 г. в г. Женеве с этой целью состоялась дипломатическая конференция. Ее итогом стало принятие 20 мая Женевского акта Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации от 31 октября 1958, который дает возможность в рамках этого соглашения осуществлять международную регистрацию не только наименований мест происхождения товара, но и географических указаний, а также позволяет присоединиться к Лиссабонскому соглашению нескольким международным организациям (например, Международной организации виноградарства и виноделия)<sup>65</sup>.

---

<sup>64</sup> См. об этом: Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности <<http://www.wipo.int/about-ip/ru/>> (дата обращения: 26.11.2015).

<sup>65</sup> См. об этом: wipo.int; Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности <[http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2015/article\\_0009.html](http://www.wipo.int/pressroom/ru/articles/2015/article_0009.html)> (дата обращения: 26.11.2015).

По мнению С.А. Горленко: «Женевский акт представляет собой важную веху в совершенствовании международной системы правовой охраны НМПТ и географических указаний, в первую очередь, в силу того, что в тексте акта происходит раскрытие определений НМПТ и географических указаний, выявляющих их сходство и различие»<sup>66</sup>. Тем самым, географическое указание впервые выделено в качестве отдельного объекта правовой охраны в международном соглашении в рамках ВОИС.

Кроме того, Женевский акт предполагает международную регистрацию наименований мест происхождения товаров и географических указаний в Международном реестре в случае получения Международным бюро заявки на международную регистрацию соответствующего объекта в надлежащей форме, предусмотренной Инструкцией (ст. 6). Заявка может быть подана не только компетентным органом страны происхождения товара от имени бенефициаров (физических или юридических лиц, правомочных согласно законодательству страны происхождения использовать наименование места происхождения или географическое указание согласно п. xvii ст. 1) или их представителей, но и напрямую бенефициарами или их представителями, если такой порядок подачи заявок на регистрацию соответствующего объекта предусматривается национальным законодательством государства-участника (п. 3 ст. 5). Таким образом, международная регистрация как наименований мест происхождения товаров, так и географических указаний как средств индивидуализации, связанных с местом происхождения товара, представляется логическим развитием международно-правовой охраны географических обозначений.

Актом установлены и гарантии в отношении других прав, в том числе прав на зарегистрированные товарные знаки, которые не должны быть

---

<sup>66</sup> Горленко С.А. Совершенствование международной системы правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний <[http://www.rupto.ru/press/news\\_archive/inform2015/present\\_konf/Gorlenko.pdf](http://www.rupto.ru/press/news_archive/inform2015/present_konf/Gorlenko.pdf)> (дата обращения: 26.11.2015).

ограничены вследствие предоставления охраны наименованию места происхождения или географическому указанию.

Ст. 2 (1)(i) Женевского акта содержит определение наименования места происхождения товара как наименования, охраняемого в Договаривающейся стране происхождения и состоящего из названия – или содержащего название – географического района, или иного наименования, которое известно как указывающее на такой район, которое служит для обозначения товара, происходящего из этого географического района, когда качество или особенности товара объясняются исключительно или главным образом географической средой, включая природные и человеческие факторы, и которое дало этому товару его репутацию.

Географическое указание, в свою очередь, характеризуется в ст. 2(1)(ii) Женевского акта как указание, охраняемое в Договаривающейся стране происхождения и состоящее из названия или содержащего 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.

Таким образом, различия в определениях обозначенных объектов, содержащихся в Женевском акте, сводятся к степени связи наименования (указания) с территорией происхождения. В случае с наименованием места происхождения товара такая связь должна устанавливаться через влияние географической среды, включая природные и человеческие факторы, на качество или особенности товара. Географические указания, в свою очередь, по смыслу Женевского акта используются в случае наличия связи качества, репутации или иной особенности товара с его географическим происхождением. Ключевое отличие заключается в том, что связь с местом происхождения в случае наименования места происхождения представляется более прочной и предполагает, как правило, осуществление всех этапов

производства на территории соответствующего географического объекта (именно такой вариант разграничения реализован, например, в законодательстве ЕС, о чем речь пойдет во 2 главе настоящего исследования).

Что касается соотношения рассматриваемых объектов охраны именно на международно-правовом уровне, то анализ положений Лиссабонского соглашения и Соглашения ТРИПС подтверждает общий подход к закрепленным ими определениям. Согласно разъяснениям ВОИС, наименование места происхождения товара - это особый вид географического указания, используемого для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями, в которых производятся такие товары. Концепция географического указания включает в себя наименования мест происхождения.<sup>67</sup>

Такой подход выглядит не совсем ясным и обоснованным. Действительно, если обратиться к грамматическому толкованию используемой терминологии, то географическое указание, исходя из тех определений, которые даны в Лиссабонском соглашении и Соглашении ТРИПС, может восприниматься более широким понятием, чем понятие наименования места происхождения, данное в Лиссабонском соглашении в случае, если за основу разграничения данных объектов взять фактор, который обуславливает особые свойства товара. Таким фактором в случае с географическим указанием будет географическое происхождение, а в случае с наименованием места происхождения – географическая среда. Если допустить, что на международно-правовом уровне исторически закладывалось различное содержание данных факторов, то в этом контексте представляется, что понятие «географическая среда» уже понятия

---

<sup>67</sup> См. об этом: Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности.  
<[http://www.wipo.int/sme/ru/ip\\_business/collective\\_marks/geographical\\_indications.htm](http://www.wipo.int/sme/ru/ip_business/collective_marks/geographical_indications.htm)> (дата обращения – 26.11.2015).

«географическое происхождение», т.к. последнее может сводиться не только к климатическим, природным, людским факторам, отражающим особенности именно географической среды, но и, например, к месту конечного производства товара (в ходе которого использовано сырье из другого региона), которое (это место), в свою очередь, будет также обуславливать особые свойства товара (например, географическое указание Swiss<sup>68</sup>). В зарубежной доктрине в обозначенном контексте отмечается противоречивость функции географического указания, выражающейся в содействии распространению товаров определенного географического происхождения<sup>69</sup>. Эта функция может играть защитную роль для продвижения отечественных продуктов, что, в свою очередь, может подорвать конкуренцию и негативно сказываться на торговле. С другой стороны, цель географического указания - повышать качество продукции по всему миру путем защиты от введения в заблуждения и недопущения использования географического указания неправомочными лицами. Если за основу разграничения объектов взять характер обусловленности свойств, качеств, репутации товаров географическим происхождением и при этом допустить тождественность таких факторов, как географическая среда и географическое происхождение, то наименование мест происхождения представляется и вовсе более широким понятием, чем географическое указание, поскольку такая обусловленность может быть как исключительной, так и значительной («главным образом»), а в случае с географическим указанием только значительной. Как справедливо отмечается в зарубежной доктрине термин «essentially attributable» (в значительной степени) направлен на установление связи между товаром и соответствующей территорией, в то время как в буквальном смысле территориальная характеристика означает, что связь должна быть физической, то есть товар должен обладать

---

<sup>68</sup> См. об этом: там же.

<sup>69</sup> См. об этом: Calboli Irene. Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin Under TRIPs: "Old" Debate or "New" Opportunity? // Marquette intellectual property law review. 2006. P. 186.

определенными свойствами благодаря условиям почвы, погоды и иных природных(физических) элементов данной местности<sup>70</sup>.

Что касается логики обозначенного выше подхода ВОИС, то судя по всему, она сводится к первому из приведенных выше вариантов соотношения рассматриваемых объектов, т.е. к тому, что географическая среда, как понятие, играющее ключевую роль в определении НМПТ, представляется видом более широкого понятия географическое происхождение, используемого для определения географического указания, именно поэтому в рамках ВОИС было принято решение о внесении изменений в Лиссабонское соглашение Женевским актом, определившим географические указания, как отдельный объект охраны и распространившим на него режимы охраны Лиссабонского соглашения. Действительно, более широкий подход к географическим указаниям имеет место быть и обосновывается в зарубежной доктрине<sup>71</sup>, но иногда с определенными оговорками. Так, например, Ирэн Калболи<sup>72</sup> считает, что охрана географических указаний хоть и необходима, но может стать ничем большим, как неограниченной по времени монополией производителей на географические названия, используемые ими, основываясь лишь на репутации товара, что может привести к ситуации, когда продукция будет произведена за пределами определенного региона. В таком случае охрана географических указаний может способствовать введению в заблуждение общественности ввиду того, что продукция (или ее компоненты) может физически происходить из другого региона. В связи с этим, автор предлагает использование в качестве географических указаний именно обозначений

---

<sup>70</sup> Macmillan Fiona, Bowrey Kathy. *New Directions in Copyright Law, Volume 3* // Edward Elgar Publishing Limited. 2006. P. 47.

<sup>71</sup>См. Об этом: Tapan Kumar Rout, Bidyadhar Majhi. *WTO, TRIPS, and Geographical Indications (GIs)* // New Century Publications, 2014.

<<https://books.google.ru/books?id=LVXOnQEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj887zq-MDYAhVKBiwKHZT8B3Q4FBD0AQhQMAc>> (Дата обращения – 13.02.2018).

<sup>72</sup> См. об этом: Calboli Irene. *Wee Loon Ng-Loy. Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and culture* // Cambridge university press. 2017. P. 30

товаров, произведенных на соответствующей территории с использованием преимущественно местного сырья. С обозначенным предложением можно согласиться лишь при условии, что размывание критериев охраны наименования места происхождения и географического указания будет преодолено посредством конкретизации критерия «преимущественного производства» при использовании географического указания, что представляется непростой задачей.

Ввиду обозначенного, а также с учетом исторически сложившегося дуализма в терминологии географических обозначений как на международно-правовом, так и национально-правовом уровне, подход, реализованный в Женевском акте Лиссабонского соглашения, в соответствии с которым наименования места происхождения и географические указания охраняются отдельно как самостоятельные объекты, представляется оптимальным. При этом, если в национальном законодательстве государства реализована возможность охраны обоих объектов, то их разграничение представляется целесообразным проводить по критерию связи всех стадий производства (в случае с наименованием места происхождения) или отдельных, как правило, финальных стадий производства (в случае с географическим указанием) с географической местностью.

В то же время, принципиальное различие по характеру анализируемой связи товара и его особенностей с конкретной территорией может быть воспринято национальным законодательством той или иной страны ввиду, например, исторических особенностей местности, когда название осталось, а природный или человеческий (например, этнический) фактор уже изменились. Таким образом, разграничение двух объектов в контексте международно-правовой детерминации и в то же время установление единых унифицированных подходов к охране рассматриваемых объектов в Женевском акте представляется вполне обоснованным.

В доктрине можно встретить позицию о более широком (чем в случае с наименованием места происхождения) объеме понятия географического указания, в который включаются и указания происхождения. Так, например, В.В. Пирогова считает, что термин «географическое указание» приобрел в доктрине широкое толкование, охватывая как наименования, так и указания происхождения товаров.<sup>73</sup> Но с указанной точкой зрения нельзя согласиться, учитывая тот факт, что, исходя из смысла Мадридского соглашения, не предполагается связь места происхождения товара с особыми его свойствами. В случае же с географическим указанием и наименованием места происхождения такая связь предполагается (правовая природа указаний происхождения анализируется в параграфе 4 главы 1 настоящего исследования). Сложно согласиться и с обратной позицией о том, что указания происхождения являются более широкими обозначениями, включающими географические указания и наименования мест происхождения. Так, И. Каррено и П. Вергано отмечают, что определение географического указания, содержащееся в Соглашении ТРИПС, охватывают более широкую область индивидуализации по сравнению с наименованием места происхождения товаров<sup>74</sup>. При этом подчеркивается, что указания происхождения как правовая категория шире упомянутых выше географических обозначений в силу того, что они характеризуют товар как происходящий из определенной местности, и, в то же время, не требуется, чтобы товар обладал какими либо специфическими качествами, связывающими его с местом производства. Однако обозначенный подход не предполагает самостоятельное использование указаний происхождения в информационном контексте и не учитывает особый индивидуализирующий характер географических указаний и наименований мест происхождения, ввиду чего представляется не совсем точным.

---

<sup>73</sup> Пирогова В.В. Интеллектуальная собственность в международном частном праве (краткий учебный курс по промышленным правам) // СПС "КонсультантПлюс". 2014

<sup>74</sup> Carreño I., Vergano P. R. Geographical Indications, "Food Fraud" and the Fight Against "Italian Sounding" Products // European Journal of Risk Regulation. 2016. P. 418.

В российском законодательстве не содержится определения географического указания, несмотря на то, что Российская Федерация участвует в Минском соглашении от 4 июня 1999 г. «О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний», принятом в рамках СНГ и обязывающем Россию обеспечить включение в национальное законодательство положений о процедуре по соблюдению прав на географические указания.<sup>75</sup> Согласно статье 1 Минского соглашения географические указания - 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 географических указаний воспроизводит пункт 1 ст. 22 Соглашения ТРИПС, где дается аналогичное определение.

Российская Федерация присоединилась к Всемирной торговой организации в 2012г. в результате многолетних переговоров. Членами рабочей группы по вступлению РФ в ВТО подчеркивалось, что в ст. 1516 ГК РФ дается ограничивающее определение наименований места происхождения товаров, не соответствующее ст. 22 Соглашения ТРИПС<sup>76</sup>. По этой причине ФЗ от 4 октября 2010 г. №259-ФЗ был введен абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ. Данное положение формулировалось российским законодателем исходя из идеи распространения режима охраны НМПТ на те обозначения, которые признаются Соглашением ТРИПС как подлежащие охране в качестве географических указаний. В то же время, очевидными представляются различия в формулировках абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ в сравнении с содержащимися в международных соглашениях терминами.

---

<sup>75</sup> См. об этом: Еременко В.И. О правовой охране наименований мест происхождения товаров в России // «Законодательство и экономика», N 5, май 2012 г. СПС Гарант.

<sup>76</sup> См. об этом: Доклад Рабочей группы по присоединению РФ к ВТО, ст. 1265 <<https://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/importExport/tsouz/docs/docladRG.pdf>> (дата обращения – 26.11.2015).

Следует отметить, что данное дополнение не содержит упоминание о географических указаниях и явным образом предусматривает лишь охрану таких видов обозначений, которые не содержат в своем названии наименования географического объекта. В рассматриваемом положении ГК РФ подчеркивается, что охрана распространяется на обозначение товара, особые свойства которого отвечают требованиям, указанным в абзаце 1 статьи 1516 ГК РФ, посвященном НМПТ.

Анализ основ международно-правового регулирования рассматриваемых объектов показывает, что наличие двух охраноспособных объектов - обозначений, указывающих на происхождение товара, - влечет терминологическую неопределенность, что, в свою очередь, может привести к ряду проблем в области международно-правовой охраны соответствующих объектов в трансграничных отношениях. В силу обозначенного, с учетом положений ТРИПС и Женевского акта Лиссабонского соглашения, представляется целесообразным перейти от использования понятия наименования места происхождения и географического указания к использованию понятия географическое обозначение. Географическое обозначение - собирательное понятие, включающее все средства индивидуализации товаров, указывающие на географическое происхождение товара из той или иной местности, природными факторами которой обусловлены его особые свойства, качество, репутация. В формировании географического обозначения указание на географическое происхождение товара имеет индивидуализирующее свойство, определяющее особое качество и характеристики товара. Таким образом, к географическим обозначениям, из известных международным договорам объектов интеллектуальной собственности, представляется целесообразным отнести наименования места происхождения товаров и географические указания.

В обозначенном контексте понятие «географическое обозначение» представляется целесообразным использовать на доктринальном уровне как собирательный термин. Собирательное значение здесь схоже, например, с

собираемым характером понятия промышленной собственности, редко встречающимся на национально-правовом уровне, но в то же время играющим важную роль в развитии положений национальных законов об охране отдельных объектов промышленной собственности.

### **§ 1.3. Соотношение географических обозначений и иных средств индивидуализации товаров**

Пункт 2 ст. 1 Парижской конвенции относит к промышленной собственности, в том числе, фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, указание происхождения товара или наименования места происхождения. Часть 2 ст. 1 Соглашения ТРИПС, среди прочих, относит к интеллектуальной собственности товарные знаки и географические указания.

Таким образом, географические обозначения следует отличать от смежных объектов интеллектуальной собственности. Все эти объекты объединяет присущая им способность индивидуализировать юридическую личность предпринимателя, его предприятие, производимые им товары, оказываемые услуги.

Наряду с географическими обозначениями правовая охрана иным «средствам индивидуализации»<sup>77</sup> предоставляется и национальным законодательством.

Показательным и актуальным в целях исследования в контексте разграничения рассматриваемых объектов представляется российский опыт реализации положений международных договоров о различных средствах индивидуализации как объектах промышленной собственности.

Фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товаров и коммерческое обозначение являются средствами индивидуализации товаров (услуг) согласно части IV ГК РФ.

---

<sup>77</sup> Термин, используемый в IV части ГК РФ.

В соответствии со ст. 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

По смыслу вышеуказанного положения, фирменное наименование является обозначением, которое индивидуализирует юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией. То есть в отличие от наименования места происхождения товара, товарного знака и знака обслуживания оно служит для индивидуализации не объекта, а субъекта гражданских прав. Оно не подлежит особой регистрации в специальных ведомствах, регистрирующих товарные знаки и наименования мест происхождения товаров, которая осуществлялась бы независимо от регистрации юридического лица.

Фирменное наименование, также, как и географические обозначения неотчуждаемо, но в отличие от последних, может иметь только одного правообладателя.

Фирменное наименование может совпадать как с товарным знаком, так и с наименованием места происхождения товара, права на которые принадлежат одному и тому же лицу, что не порождает правовых коллизий.<sup>78</sup>

С обозначенной позицией сложно согласиться ввиду следующих особенностей российского законодательства в сфере охраны фирменных наименований.

Так, например, статья 1473 ГК РФ исключает возможность использовать в фирменном наименовании юридического лица полное или сокращенное официальное наименование иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований. Вместе с тем, отсутствует прямое указание на запрет использовать в фирменном наименовании

---

<sup>78</sup> См. об этом: Цитович Л.В, Никишов А.Б., Шабай А.С. // Особенности правового режима наименований мест происхождения товаров в Российской Федерации, 2016 г., СПС Консультант.

название географического региона или местности, зарегистрированного в качестве наименования места происхождения товара.

В случае, когда существует несколько правообладателей наименования места происхождения товара, среди которых юридическое лицо с зарегистрированным одноименным фирменным наименованием, то есть фирменным наименованием, содержащим название географической местности, возможно введение в заблуждение потребителей, а также ограничение конкуренции. К примеру, потребитель, сопоставляющий название юридического лица и производимого им товара, подсознательно может отдать предпочтение в пользу производителя, фирменное наименование которого включает название географической местности, что, однако, никак не может повлиять на качество и не свидетельствует о преимуществах товара.

Возникновение такой ситуации возможно в силу того, что первоначальный правообладатель фирменного наименования имеет право запретить использование тождественного или сходного до степени смешения фирменного наименования другими юридическими лицами, если они осуществляют аналогичную деятельность (п. 3, п.4 ст. 1474 ГК РФ). Т.е., среди нескольких равноправных правообладателей наименования места происхождения товара лишь у одного из них будет исключительное право на тождественное с географическим обозначением фирменное наименование, что представляется нелогичным и неправомерным конкурентным преимуществом. Ввиду обозначенного представляется целесообразным введение в российском законодательстве (например, в ст. 1474 ГК РФ) запрета на использование в фирменном наименовании тождественного наименованию места происхождения товара обозначения. Отличительной особенностью коммерческого обозначения является то, что согласно российскому законодательству последнее призвано индивидуализировать предприятие как имущественный комплекс.

Обладатель права на коммерческое обозначение, в отличие от фирменного наименования, наименования места происхождения товара может передавать право на применение своего обозначения в составе предприятия, как части имущественного комплекса.

В соответствии с п. 2 ст. 1539 ГК РФ «не допускается использование коммерческого обозначения, способного ввести в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу, в частности обозначения, сходного до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или защищенным исключительным правом коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее». Формулировка данной статьи позволяет сделать вывод о том, что охрана коммерческого обозначения прекращается, если зарегистрировано сходное до степени смешения наименование места происхождения товара с более ранним приоритетом, так как перечень объектов в отношении которых не допускается смешение в рассмотренной выше статье не закрыт.

В том случае, когда регистрируется наименование места происхождения товара с более поздним приоритетом по отношению к коммерческому обозначению, содержащему название географической местности, также целесообразно прекращение охраны коммерческого обозначения ввиду того, что наименование места происхождения является специальным объектом охраны, имеющим преимущественное право использования в отношении товаров, происходящих из определенного региона.

Данный объект интеллектуальной собственности признается таковым в соответствии с Конвенцией, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС) 1967 г. (ст. 2 (viii)), но не упоминается в Парижской конвенции. Примечательно, что в Конвенции, учреждающей ВОИС, наименования места происхождения товаров не отнесены к результатам интеллектуальной деятельности. Задавая

коммерческому обозначению впервые на международно-правовом уровне полноценный режим охраны в качестве объекта интеллектуальной собственности, Конвенция несправедливо не содержит указания в качестве объекта интеллектуальной собственности на наименование места происхождения, нарушая тем самым логику и последовательность в изложении подходов к объектам промышленной собственности, закрепленную в Парижской конвенции. В то же время, перечень объектов интеллектуальной собственности, закрепленный в ст. 2 Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, является открытым. Согласно положениям ст. 2 Конвенции к интеллектуальной собственности относятся помимо перечисленных (среди которых из средств индивидуализации названы товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и коммерческие обозначения), все другие права, относящиеся к интеллектуальной деятельности в производственной, научной, литературной и художественной областях.

Соотношение товарного знака и географических обозначений является одной из актуальных проблем реализации как национального законодательства разных стран в сфере охраны средств индивидуализации товаров, так и соответствующих международно-правовых норм. Их сравнение важно потому, что и товарный знак, и НМПТ индивидуализируют товары, участвующие в гражданском обороте.

Статья 1 Парижской конвенции об охране промышленной собственности 1883 г. (далее – Парижская конвенция) относит к объектам охраны промышленной собственности среди прочих товарный знак и указание происхождения или наименование места происхождения.<sup>79</sup>

В тексте рассматриваемого международного договора содержатся как общие для всех объектов промышленной собственности положения, такие

---

<sup>79</sup> Текст документа см.: Парижская конвенция по охране промышленной собственности wipo.int; Official Web-site of the WIPO. <[http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file\\_id=379398](http://www.wipo.int/wipolex/ru/treaties/text.jsp?file_id=379398)> (Дата обращения: 4.01.2017).

как: национальный режим, административные основы деятельности Парижского Союза, так и специальные. Так, например, на наименования места происхождения не распространяются положения Парижской конвенции о конвенционном и выставочном приоритете (на товарные же знаки распространяются), положения о независимости охраны в каждой стране четко обозначены лишь в отношении патентуемых объектов и товарных знаков. Однако справедливым будет отметить то обстоятельство, что механизмы конвенционного и выставочного приоритета не актуальны для географических обозначений в силу юридической природы последних (а именно возможности одновременного обладания несколькими лицами самостоятельным исключительным правом в отношении одного и того же объекта). Обозначенное свидетельствует о более детальной регламентации положений об охране товарных знаках.

В Соглашении ТРИПС также можно встретить нормы о соотношении товарных знаков и географических указаний. Так, согласно п.3 ст. 22 Соглашения ТРИПС государства-участники могут отказывать в регистрации товарного знака или признавать недействительной регистрацию товарного знака, который содержит географическое указание или состоит из географического указания в отношении товаров, не происходящих с указанной территории, если использование географического указания в товарном знаке для таких товаров в этом государстве носит такой характер, что это вводит общество в заблуждение в отношении истинного места происхождения. В то же время, положения п.5 ст. 24 Соглашения ТРИПС устанавливают правила о том, что если заявка на регистрацию товарного знака или его регистрация осуществлялись добросовестно, или если права на товарный знак были приобретены путем его добросовестного использования, либо до даты применения таких положений государством-членом ВТО или до того, как географическое указание получило охрану в стране происхождения, то использование такого товарного знака признается «приемлемым».

В зарубежной доктрине две эти различные по содержанию статьи анализируются следующим образом<sup>80</sup>. Указывается на то, что статья 24 является результатом сложных и продолжительных переговоров, которые лишь частично удовлетворили стороны. Несмотря на то, что раздел 3 Соглашения ТРИПС посвящен географическим указаниям, а не товарным знакам, все его положения, упоминающие товарные знаки, каким-либо образом связаны с охраной географических указаний. Анализ положений п.5 ст. 24 свидетельствует о том, что ТРИПС позволяет одновременное сосуществование ранее зарегистрированного товарного знака и возникшего позже географического указания.

В этом контексте в Парижской конвенции указано, что товарные знаки могут быть отклонены при регистрации или признаны недействительными, в том числе в случаях, если знаки составлены исключительно из знаков или указаний, которые могут служить в торговле для обозначения места происхождения продуктов (статья бquinquies (B) (ii)).

Г. Боденхаузен в 1968 г. в комментариях к Парижской конвенции указывал, что регистрация может быть отклонена в том случае, когда товарный знак носит описательный характер, то есть состоит из надписей, которые служат лишь для перечисления характеристик данного изделия. Отказ связан с тем, что исключительное право на название географического объекта не может быть предоставлено одному хозяйствующему субъекту, так как оно необходимо в повседневной жизни всем другим его конкурентам.<sup>81</sup>

Более конкретные нормы, касающиеся соотношения товарных знаков и географических обозначений, содержатся в положениях Лиссабонского соглашения (в редакции Женевского акта). Так, согласно п.3 ст. 11 Лиссабонского соглашения государство-участник может отказать в регистрации или признать недействительной регистрацию более позднего

---

<sup>80</sup> См. об этом: O'Connor Bernard. The Law of Geographical Indications // Cameron May. 2004. P. 62

<sup>81</sup> Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: Комментарий. – М.: Прогресс, 1977, стр. 34.

товарного знака, если использование такого товарного знака способно в широком смысле ввести потребителей в заблуждение относительно подлинного происхождения, источника или природы товаров. Охрана же зарегистрированного наименования места происхождения или географического указания по решению государства-участника Соглашения может осуществляться с тождественным или сходным товарным знаком с ранним приоритетом, но не должна никаким образом ограничивать права, предоставленные таким товарным знаком (п. 1 ст. 13 Лиссабонского соглашения). Таким образом, в Лиссабонском соглашении нет императивных правил о соотношении географических обозначений с товарными знаками, но прослеживается тенденция возможного усиления режима охраны именно географических обозначений по отношению к товарным знакам.

Продолжая анализ соотношения рассматриваемых объектов, отметим, что товарные знаки становятся объектами интеллектуальных прав лишь после их признания в установленном законодательством порядке, чаще всего после их регистрации. Охрана географических обозначений, которые также, по общему правилу, подлежат регистрации для признания их охраноспособными, может осуществляться путем запрещения использования вводящих в заблуждение указаний.

Регистрация товарного знака также запрещается, если товарный знак по своей природе способен ввести в заблуждение общественность относительно географического места происхождения товара. То есть, компетентный орган государственной власти отказывает в регистрации товарного знака, если он представляет собой исключительно образом обозначение, используемое в торговле для указания на географическое место происхождения товара.

Важной отличительной особенностью географических обозначений является то, что для их регистрации обязательным условием считается наличие у соответствующего товара особых свойств, характерного качества или репутации. Для регистрации товарного знака, напротив, наличие у товара

таких свойств, качеств, репутации не требуется. При этом именно связь качества или репутации товара с местом его происхождения является главной особенностью географических обозначений. Связь товарного знака с качеством товара выражена опосредовано, и, тем более, не прослеживается взаимосвязь между определенными свойствами, характерным качеством, репутацией товара, который маркируется данным товарным знаком, с одной стороны, и наименованием географического пункта, использованным в данном товарном знаке, с другой. Таким образом, географическое обозначение, как и товарный знак, индивидуализирует продукцию, но при этом в силу своего назначения обладает существенной спецификой правового режима по сравнению с товарными знаками и знаками обслуживания.

Что касается внешнего вида, то товарный знак в определенных случаях создается художником-дизайнером и может быть не только словесным, но и изобразительным или комбинированным. Географическое обозначение возникает в силу традиционного и продолжительного использования конкретного обозначения в отношении определенного вида товара. Оно может быть представлено только в словесной форме (в виде современного или исторического, официального или неофициального, полного или сокращенного названия географического объекта, а также в виде производного от него наименования или в виде названия географического объекта с добавлением вымышленного обозначения), что опосредовано самой природой и известными международно-правовыми характеристиками географических обозначений (например, согласно ст. 2 Лиссабонского соглашения и наименования места происхождения, и географические указания должны содержать именно названия географических районов), а также подтверждается национально правовыми подходами (например, согласно ст. 1516 ГК РФ НМПТ должно содержать наименование географического объекта, согласно ст. L.721-1 Кодекса интеллектуальной

собственности Франции НМПТ должно содержать географическое название страны, района или местности).

Еще одним существенным различием товарного знака и географических обозначений (а именно, наименований мест происхождения), по мнению В.С. Знаменской, является то, что в законодательстве отсутствуют ограничения воли правообладателя товарного знака в определении места производства товара, отличного от первоначального места его изготовления<sup>82</sup>.

Однако указанная позиция представляется неточной ввиду того, что согласно п. 3 ст.1483 ГК РФ не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Так, если товарный знак содержит географическое указание, несоответствие такого указания фактическому месту производства товара приведет к введению потребителя в заблуждение, что, в свою очередь, представляется нарушением как законодательства в сфере интеллектуальной собственности, так и законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Для наименования места происхождения товара, как уже упоминалось, связь особых свойств соответствующего товара с географическим местом его происхождения имеет ключевое значение. Следовательно, смена места производства товара с особыми свойствами не представляется возможной, равно как и сохранение в таком случае наименования места происхождения товара. Данная позиция подтверждается абз. 2 п. 2 ст. 1518 ГК РФ, устанавливающим, что исключительное право использования наименования места происхождения товара в отношении того же наименования может быть предоставлено любому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же особыми свойствами.

---

<sup>82</sup> См. об этом: Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Москва, 2016 – 189 с.

Безусловно, основополагающая норма о соотношении режимов охраны товарных знаков и наименований места происхождения товара в российском законодательстве содержится в п. 7 ст. 1483 ГК РФ, согласно которому не подлежат регистрации в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товара, охраняемым в соответствии с ГК, а также с обозначением, заявленным на регистрацию в качестве такового до даты приоритета товарного знака, за исключением случая, если такое наименование или сходное с ним до степени смешения обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, при условии, что регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара.

Прямых положений об отказе в регистрации наименований места происхождения товаров в случае наличия тождественного или сходного до степени смешения товарного знака в ГК РФ не содержится. В то же время, в ГК предусмотрена возможность оспаривания уже зарегистрированного наименования места происхождения товара в случае конфликта режима охраны такого наименования и зарегистрированного ранее товарного знака. Так, согласно положениям п. 2 ст. 1535 ГК в течение всего срока действия исключительного права на наименование места происхождения товара предоставление охраны соответствующему объекту (равно как и исключительное право на наименование места происхождения товара) может быть оспорено и признано недействительным, если правовая охрана была предоставлена с нарушением положений ГК РФ. В то же время, рассматриваемая норма дополняется положениями абз.2 п. 2 ст. 1535 ГК РФ о том, что в случаях, если использование наименования места происхождения товара способно ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя в связи с наличием товарного

знака, имеющего более ранний приоритет, предоставление правовой охраны указанному наименованию может быть оспорено и признано недействительным в течение пяти лет с даты публикации сведений о государственной регистрации наименования места происхождения товара в официальном бюллетене.

Это свидетельствует о неабсолютном характере защиты прав на товарный знак, по сравнению с режимом охраны наименования места происхождения товара, т.к. обладателю исключительного права на товарный знак не достаточно для оспаривания охраны, предоставленной тождественному или сходному до степени смешения наименованию места происхождения товара, доказать более раннее возникновение своего исключительного права, а необходимо дополнительно доказывать факт введения потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя в связи с наличием товарного знака, имеющего более ранний приоритет. На это указывает и тот факт, что возможность оспаривания предоставляется обладателю права на товарный знак не на весь срок действия права, а только на 5 лет с даты публикации сведений о регистрации НМПТ в официальном бюллетене. Об этом также свидетельствует отсутствие наименования места происхождения товара в перечне п.6 ст.1252 ГК РФ, посвященного решению вопроса о коллизиях между различными тождественными или сходными до степени смешения средствами индивидуализации и промышленными образцами, которым предусматривается общий принцип решения подобных коллизий по принципу старшинства права на соответствующие средство индивидуализации или промышленный образец.

Э.П. Гаврилов отмечает, что товарные знаки зачастую совпадают (полностью или частично) с наименованиями мест происхождения товаров. Например, наряду с наименованием места происхождения товара «Сарова» существует товарный знак «Сарова», а наряду с наименованием «Абрау-

Дюрсо» - товарный знак «Абрау»<sup>83</sup>. При этом правовых проблем не возникает, если правообладателем соответствующих обозначений является одно и то же лицо. В противном случае возможно оспаривание действия исключительного права на объект с более ранним приоритетом. Логика здесь следующая: товары, маркируемые наименованием места происхождения товара, обладают особыми/повышенными качественными характеристиками, в то время, как товары, маркируемые товарным знаком, ими не обладают. Поэтому, в случае регистрации наименования места происхождения товара правовая охрана аналогичных (тождественных), а также сходных с ними до степени смешения товарных знаков, зарегистрированных в отношении тех же товаров (а также однородных товаров), по мнению Э.П. Гаврилова должна прекращаться, и что важно, - независимо от даты приоритета наименования и товарного знака. Впрочем, по мнению автора, такие товарные знаки могут быть зарегистрированы в качестве наименований мест происхождения товара<sup>84</sup>.

Представляется, что эта позиция не совсем точна, т.к. обладатели исключительных прав на такие товарные знаки могут получить вместо них исключительное право на ранее зарегистрированное НМПТ только при условии, если они используют товарный знак в отношении товара с соответствующими особенностями. Если же не принимать во внимание приоритет, то обладатель исключительного права на наименование места происхождения товара всегда будет иметь возможность прекратить охрану товарного знака конкурента, что противоречит логике всего законодательства в сфере исключительных прав как на результаты интеллектуальной деятельности, так и на средства индивидуализации.

В то же время, связь наименования места происхождения товара с особыми свойствами товара – это такая исключительная характеристика наименования места происхождения товара, которая не позволяет говорить

---

<sup>83</sup> Гаврилов Э.П. Совершенствование законодательства об интеллектуальной собственности: некоторые проблемы // «Патенты и лицензии». 2015 г. № 12. С. 2-8.

<sup>84</sup> Гаврилов Э.П. Указ.соч.

об институте досрочного прекращения охраны наименования места происхождения товара, тождественного или сходного до степени смещения с товарным знаком. Таким образом, положения абз. 2 п. 2 ст. 1535 ГК РФ, действительно, представляются не совсем справедливыми. В случае, когда товарный знак имеет более ранний приоритет, чем наименование места происхождения товара, прекращение охраны такого наименования представляется нелогичным, так как для охраны исключительного права на обозначение, связанное с географическим регионом происхождения товара, обладающего особыми свойствами, в наибольшей степени подходит режим именно наименования места происхождения товара. В связи с этим представляется целесообразным ввести в российское законодательство механизм параллельного использования товарного знака с более ранним приоритетом и тождественного с ним наименования места происхождения товара с более поздним приоритетом, не допускающий прекращения охраны такого наименования места происхождения товара. При этом в случаях, когда соответствующие товарные знаки используются в отношении товаров, не обладающих особыми свойствами, связанными с данным географическим регионом, они при использовании должны снабжаться обязательным указанием на этот факт. В обозначенном контексте представляется целесообразным размещение рядом с товарным знаком надписи: «Данное обозначение не является зарегистрированным наименованием места происхождения товара. Свойства товара не связаны с обозначенным географическим регионом». При этом стоит отметить, что использование т.н. делокализирующих оговорок, когда в товарных знаках используются выражения "типа", "имитация" и др. представляется некорректным, так как их использование может ввести потребителя в заблуждение относительно свойств товара. Как видится, предлагаемый подход помимо формальной определенности послужит еще и стимулом к выбору режима охраны наименования места происхождения товара в случае использования в

обозначении указания на географический регион (при наличии связи особых свойств товара с соответствующим географическим регионом).

Российская судебная практика по вопросам соотношения зарегистрированного товарного знака и наименования места происхождения товарного знака, заявленного к регистрации или зарегистрированного позднее даты приоритета товарного знака, действительно, вынужденно исходит из анализа обстоятельств введения в заблуждение потребителей использованием наименования места происхождения товаров в отношении товарных знаков с более ранним приоритетом. Так, например, в Решении Суда по интеллектуальным правам от 28 мая 2014 г. по делу № СИП-100/2014 установление обстоятельства введения в заблуждение осуществлено на основании отнесения товаров к разным родовым группам, а также различным местам производства товаров и различным группам потребителей. По данному делу закрытое акционерное общество «Ереванский Коньячный Завод» обратилось в Суд по интеллектуальным правам с заявлением о признании недействительным решения Роспатента от 22.11.2013, принятого по результатам рассмотрения возражения от 16.08.2012 против состоявшегося предоставления правовой охраны на территории Российской Федерации наименованию места происхождения товара «АРАРАТ» обществу с ограниченной ответственностью «Арарат Групп» в отношении минеральной воды, ввиду того, что заявитель является правообладателем тождественных товарных знаков (зарегистрированных в отношении товаров 33 класса МКТУ) с ранним приоритетом. Суд по интеллектуальным правам в удовлетворении требований отказал, согласившись с позицией Роспатента, согласно которой сравнение товара «минеральная вода», для которого зарегистрировано наименование места происхождения товара «АРАРАТ», и товаров 33-го класса МКТУ, для которых зарегистрированы противопоставляемые товарные знаки (за исключением общеизвестного в Республике Армения товарного знака «АРАРАТ», поскольку заявителем не был подтвержден факт существования

такого товарного знака), показало, что сопоставляемые товары неоднородны, поскольку относятся к разным родовым группам: «безалкогольные напитки» - «алкогольные напитки», имеют различное производство, разный круг потребителей и прилавки магазинов, на которых товары предлагаются к продаже.

Обозначенный подход Роспатента и Суда по интеллектуальным правам косвенно свидетельствуют о превалировании режима охраны наименования места происхождения товаров над режимом охраны товарных знаков с более ранним приоритетом.

Правовая охрана наименований мест происхождения товаров (географических указаний) за рубежом всегда зависит от их охраны в стране происхождения. А товарный знак, напротив, может быть зарегистрирован в одной стране, независимо от его репутации в другой, что подтверждается положениями ст. 6 Парижской конвенции, ст. 6 Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г. и положениями Соглашения ТРИПС 1994 г.

Следует особо отметить, что правовая охрана географических обозначений осуществляется всегда лишь в отношении определенного и, как правило, одного вида товара, в то время как правовая охрана товарного знака, содержащего название географического объекта, в большинстве случаев охватывает определенный перечень товаров, поскольку правовая охрана товарных знаков может осуществляться в отношении неограниченного перечня товаров и услуг.

Вышесказанное позволяет заключить, что любое географическое обозначение всегда индивидуализирует товар, изготовленный на определенной территории. Товарный же знак индивидуализирует товары, которые произведены определенным изготовителем (или изготовителями), но не обязательно на одной территории.

А.Н. Григорьев обращает внимание, что регистрация товарного знака, состоящего, например, из географического указания, не может помешать

третьим лицам использовать само географическое название для описания характеристик товара<sup>85</sup>.

Решение Верховного суда Ирландии 1984г. по делу «Уотерфорд»<sup>86</sup> свидетельствует именно об этом. «Waterford» - название города на юге Ирландии, зарегистрированное в качестве товарного знака для хрусталя, которое впоследствии в силу популярности переросло в указание происхождения товара. При этом, по решению суда регистрация товарного знака не должна препятствовать потенциальным производителям, изготавливающим аналогичные изделия, указывать на изделиях их место происхождения. Несмотря на то, что они не вправе ставить на своих изделиях слово «Waterford» (т.к. лишь владелец товарного знака «Waterford» имеет такое право), им позволяется делать это в виде указаний «г. Уотерфорд» или «сделано в Уотерфорде». В данном случае название географического объекта является лишь указанием на место нахождения предприятия, его адресом.

Анализируя зарубежное законодательство и юридическую практику, можно прийти к выводу, что в случае, если название географического объекта не является указанием происхождения товара как правовой категорией, и у потребителя не складывается определенное представление о качестве товара во взаимосвязи с определенным местом производства данного товара, оно является просто адресом или указанием на место нахождения предприятия. Иными словами, предоставлением актуальной (правдивой) информации об изготовителе и продавце. Что касается подходов, реализованных в российском законодательстве, то в ст. 9 Закона РФ «О защите прав потребителей»<sup>87</sup> устанавливаются сведения, которые должны быть предоставлены потребителю – это сведения о фирменном

---

<sup>85</sup> См. об этом: Григорьев А. Может ли географическое наименование стать товарным знаком? // Интеллектуальная собственность. 1994. - №7-8. – стр. 5.

<sup>86</sup> 1984 ILRM 565, 184 FSR 390 (Supreme Court) См. об этом: R. Clark, Maire Ni Shuilleabhain. Intellectual Property Law in Ireland. Wolters Kluwer. 2010. P. 127.

<sup>87</sup> Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1 (в ред. от 03.07.2016 г.). Текст Закона опубликован в "Российской газете" от 7 апреля 1992 г., в Ведомостях Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации от 9 апреля 1992 г., N 15, ст. 766.

наименовании организации и о месте нахождения изготовителя. Место нахождения изготовителя будет определяться местом его государственной регистрации, т.е. юридическим адресом. Его значение велико, так как он определяет точное местонахождение организации, дает возможность потребителю предъявлять претензии и исковые требования в судебном порядке. Ст. 10 закона закрепляет требования к информации о продуктах питания: при упаковке или расфасовке продуктов питания на территории РФ они сопровождаются информацией о месте их изготовления. Таким образом, качество, вид, количество, назначение, стоимость, место происхождения продуктов относятся к характеристикам изделия.

М.Н. Соколова высказывает точку зрения, согласно которой длительное использование для идентификации определенного товара указаний места происхождения товара способствует возникновению отличительного характера у средства индивидуализации товара, включающего название географического объекта, и при установленной нормативными документами длительности использования географического названия для маркировки товара может стать основанием для регистрации данного словесного обозначения в качестве товарного знака<sup>88</sup>. Также автор подчеркивает, что основанием для вынесения решения о регистрации географического обозначения в качестве товарного знака может быть доказательство отсутствия производства однородной продукции, маркируемой тождественным обозначением на этой территории<sup>89</sup>. С обозначенной позицией сложно согласиться, ввиду того, что отсутствие производства однородной продукции на определенной территории – это требование, ограничивающее конкуренцию. Кроме того, речь, судя по всему, идет об указаниях происхождения, которые на наш взгляд не обладают

---

<sup>88</sup> См. об этом: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 - Москва, 2002, стр. 24.

<sup>89</sup> Право на такие товарные знаки, в отличие от права на географические обозначения, может быть уступлено или передано на основе лицензионного договора хозяйствующим субъектам, расположенным в определенном географическом объекте.

индивидуализирующим свойством, а носят лишь информационный характер (см. об этом: § 4 главы 1 настоящего исследования).

В соответствии с абз. 1 п. 1 ст. 1518 ГК РФ наименование места происхождения товара охраняется в силу государственной регистрации такого наименования. При этом право использования наименования места происхождения товара может быть зарегистрировано в отношении любого юридического лица или гражданина, которые производят соответствующий товар. В результате, каждый из них приобретет самостоятельное исключительное право на использование этого НМПТ. В дальнейшем другие лица тоже могут приобрести исключительное право на использование НМПТ, если докажут, что производят товар с аналогичными свойствами в той же местности. Право использования наименования удостоверяется свидетельством, если производимый этим лицом товар отвечает определенным условиям.

То есть в отличие от товарного знака, исключительное право на который удостоверяется одним свидетельством, в отношении наименования места происхождения товара может быть выдано несколько свидетельств разным лицам на право его использования.

Исключительное право использования наименования места происхождения товара не может быть отчуждено или передано, однако оно может быть предоставлено государством посредством регистрации любому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же особыми свойствами. Неотчуждаемость прав на наименование мест происхождения обусловлена их правовой природой и ограничениями правообладания, связанными с требованиями, предъявляемыми к производителям – потенциальным правообладателям наименований мест происхождения. В зарубежной доктрине отмечается также, что затраты на получение права использования наименования места происхождения обычно превышают затраты на получение права использования товарного знака или иных объектов промышленной

собственности (права на которые можно получить по договору от правообладателя)<sup>90</sup>. В случае же с наименованием места происхождения только специальные субъекты – органы государственной власти или профессиональные объединения (в зависимости от законодательства той или иной страны, речь об этом пойдет в главе 2 настоящего исследования) вправе принимать решение о предоставлении или непредоставлении права пользования тому или иному производителю, удостоверившись в удовлетворении последним соответствующих требований.

Напротив, исключительные права на товарный знак могут быть отчуждены или переданы на основании лицензионного договора.

Право на товарный знак удостоверяется свидетельством. В данном случае, оно выполняет не только роль правоустанавливающего документа, но также удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве (п. 2. ст. 1481 ГК РФ). Приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки на товарный знак в Роспатент (п. 1 ст. 1494 ГК РФ). В отношении наименования места происхождения товара подобные правила о приоритете не установлены. Это объясняется спецификой наименования места происхождения товара, а также тем, что право его использования может закрепляться не за одним субъектом предпринимательской деятельности. В то же время, в п. 8 ст. 1522 ГК РФ устанавливаются правила определения даты подачи заявки на наименование места происхождения товара (день поступления в Роспатент всех документов заявки при одновременном отправлении или день поступления последнего документа из состава заявки при отправке документов заявки в разные дни), что может быть использовано, например, при разрешении конфликта режимов охраны между

---

<sup>90</sup> См. об этом: Teshager W. Dagne. Intellectual Property and Traditional Knowledge in the Global Economy // Routledge. 2015.

<[https://books.google.ru/books?id=6ndsBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQhVMAc#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=6ndsBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQhVMAc#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения – 13.02.2018).

заявленным к регистрации наименованием места происхождения товара и товарным знаком, тождественным или сходным до степени смешения с таким наименованием.

Еще одной отличительной чертой наименования места происхождения товара является то, что исключительное право на наименование места происхождения товара охраняется в течение всего времени существования возможности у конкретного правообладателя производить товар, отвечающий особым требованиям. А прекращение срока действия свидетельства на право использования наименования места происхождения товара (10 лет согласно ст. 1531 ГК РФ) влечет лишь прекращение права использования наименования обладателем этого свидетельства. Прекращение же действия исключительного права на товарный знак (10 лет согласно ст. 1491 ГК РФ) означает прекращение самой правовой охраны товарного знака.

Анализируя правовое регулирование рассматриваемых объектов в странах Европейского союза следует отметить, что согласно п. 4 ст. 6 Регламента Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»<sup>91</sup> в случае, если заявленное наименование места происхождения товара схоже с ранее зарегистрированным товарным знаком, и способно ввести потребителей в заблуждение относительно настоящего происхождения продукта с учетом репутации, известности и продолжительности использования соответствующего товарного знака, то первое регистрации не подлежит.

Это свидетельствует о том, что, хотя и с весьма существенными оговорками, законодательство Европейского союза все же отдает предпочтение охране товарного знака с более ранним приоритетом по

---

<sup>91</sup> Текст документа на английском языке см.: Regulation (EU) No 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. Official Web-site of the European Union < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:343:0001:0029:en:PDF>> (Дата обращения: 4.01.2017).

сравнению с наименованием места происхождения товара. Таким образом, наименование места происхождения товаров не будет зарегистрировано, если это способно ввести в заблуждение потребителя относительно товара в силу существования товарного знака, пользующегося известностью, определенным доверием у потребителя в результате продолжительного использования.

В то же время положение ст. 14 вышеуказанного Регламента демонстрирует более жесткий подход в отношении заявок на регистрацию товарных знаков. Так, должна быть отклонена заявка на регистрацию товарного знака, если существует зарегистрированное тождественное наименование места происхождения товара или географическое указание. При этом никаких дополнительных условий не предъявляется.

Ранее принятые в рамках ЕС документы: Регламент №2081/92 от 14 июля 1992 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров», Регламент №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов» также закрепляли данное правило.

Таким образом, вопрос соотношения товарного знака и наименования места происхождения является актуальным не только в Российской Федерации, но и за рубежом, в частности на наднациональном уровне в рамках ЕС. Нормы, содержащие порядок разграничения данных средств индивидуализации, содержатся как в национальном законодательстве, так и в основополагающих международных договорах, действующих в сфере охраны промышленной собственности и рассмотренных средств индивидуализации.

Подводя итог проведенному анализу, стоит отметить, что, главным отличием рассмотренных средств индивидуализации является объект индивидуализации. Географические обозначения призваны индивидуализировать товар с точки зрения соотношения его особых

отличительных свойств и качественных характеристик, что является их главной особенностью. В данном контексте фирменное наименование и коммерческое обозначение, не требующие особой регистрации в специальных органах, направлены на индивидуализацию юридического лица - субъекта торговых отношений и предприятия как имущественного комплекса, соответственно. То есть, в случаях, когда фирменные наименования и коммерческие обозначения индивидуализируют юридическое лицо или предприятие, соответственно, производящие товары, маркируемые географическим обозначением, и совпадают с последним, их индивидуализирующие свойства будут иными, а особая связь производимых товаров с такими обозначениями отсутствует. В свою очередь, товарный знак и географическое обозначение, напротив, индивидуализируют товар. Именно ввиду этого сохраняется проблематика их параллельного существования, а также прекращения защиты того или иного средства индивидуализации товара.

## **§ 1.4. Правовая природа указаний происхождения и их соотношение с географическими обозначениями**

### **§ 1.4.1. Правовая природа указания происхождения**

В целях уяснения особенностей охраны географических, а также в целях всеобъемлющего рассмотрения вопросов их соотношения с иными объектами, представляется целесообразным провести сопоставление географических обозначений с указанием происхождения товара. Последнее не имеет цели связать товар и его особые свойства с определенной географической местностью, а предназначено исключительно для информирования потребителя о месте производства товара, а также для реализации положений национальных законов о защите конкуренции и защите прав потребителей.

Отсутствие четких международно-правовых основ разграничения понятий «наименование места происхождения товара», «географическое указание», «указание происхождения» приводит к неоднозначности в восприятии обозначенных объектов в законодательстве разных стран.

По мнению А.Н. Григорьева указание места происхождения товара прямо указывает на определенный географический объект, из которого происходит тот или иной товар или услуга, имеющие определенную репутацию, связанную с этим географическим местом. То есть, - это обозначение, связанное с местом, которое должно быть географически определено.<sup>92</sup> Указание может быть выражено в виде слов или изобразительных объектов (изображение Эйфелевой башни на товаре будет восприниматься потребителем как указание на то, что это продукция французского происхождения, а статуя Свободы – американского). Например, название стран и населенных пунктов (Франция, Париж) или их

---

<sup>92</sup> Григорьев А.Н. Географические указания: проблемы правовой охраны на национальном и международном уровнях: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.Н. Григорьев. – М., 1995. – 50 с.

сочетание с наименованием товара (французские духи) служат словесным указанием происхождения. В то же время, информативное свойство изобразительного указания происхождения или некоторых словесных обозначений можно поставить под сомнение ввиду политических причин. Например, изображение горы Арарат с соответствующей подписью у большинства потребителей ассоциируется с Арменией, в то время, как гора находится на территории Турции. В случае со словесными указаниями происхождения проблемы могут возникать при использовании названий непризнанных государств (Например, Донецкая народная республика, которая формально является территорией Украины). Такие противоречия в гражданско-правовых целях представляется целесообразным решать с учетом норм международного публичного права, в том числе двусторонних межгосударственных соглашений.

Кроме того, в науке отмечается, что положения ст. 10 Парижской конвенции, посвященные мерам при использовании ложных указаний, применяются и в случаях, когда имеется иное, не географическое, ложное указание о происхождении, например, указано, что изделие является ручной работой<sup>93</sup>. Речь идет о положениях дополнительной ст. 10 bis, в пп. 3 п. 3 которой устанавливается запрет на указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

В абз 2 ст. 10 Парижской конвенции, в свою очередь, устанавливается запрет на самые распространенные формы ложных указаний – ложных указаний географического происхождения: «Заинтересованной стороной, независимо от того, является ли ею физическое или юридическое лицо, признается всякий изготовитель, промышленник или торговец, занимающийся производством, изготовлением или сбытом этого продукта,

---

<sup>93</sup> Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комментарий. М.: Прогресс, 1977. С. 159.

обосновавшийся либо в местности, ложно указанной в качестве места происхождения продукта, либо в районе, где находится эта местность, либо в ложно указанной стране или в стране, где применяется ложное указание о происхождении». Очевидным представляется то обстоятельство, что речь в уточняющем п.2 ст. 10 Парижской конвенции идет исключительно о различных видах географического происхождения. Особенно важным представляется то обстоятельство, что положения Парижской конвенции применяются в случаях «прямого или косвенного использования ложных указаний о происхождении продуктов или подлинности личности изготовителя, промышленника или торговца» (п.1 ст.10). Таким образом, указание происхождения, как объект охраны промышленной собственности, связывается положениями Парижской конвенции не только с необходимостью объективного указания на реальное место происхождения товара, но еще и на реального производителя товара, характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров, что подтверждает основную – информационную цель использования указаний происхождения.

В доктрине высказывается точка зрения, что указание происхождения является средством индивидуализации товаров в контексте классификации средств индивидуализации. Например, О.А. Городов предложил дифференцировать средства индивидуализации в зависимости от объекта индивидуализации, используемого в гражданском обороте, выделяя средства индивидуализации юридического лица, индивидуального предпринимателя - фирменное наименование и коммерческое обозначение, а также средства индивидуализации продукции, к которым он отнес товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, а также указание происхождения.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения. – М.: Вольтерс Клувер, 2006. – С. 56

Согласиться с позицией А.Н. Городова об индивидуализирующем свойстве указания происхождения товара представляется невозможным. На наш взгляд указание на страну или регион в какой-либо стране без соответствующей связи качества, свойств товаров со страной или регионом соответственно не может и не должно индивидуализировать товар в современном мире в условиях всеобъемлющих глобализационных процессов. Если товар сопровождается указанием на страну, где он был изготовлен, это не может и не должно автоматически свидетельствовать об определенном качестве, свойстве или даже репутации товара. Товарным знаком указание на страну происхождения также быть не может. Репутация производителя и его товаров, в свою очередь, формируется со временем с учетом стандартов деятельности такого производителя. А указание на страну, где производитель произвел товар, не может свидетельствовать о качестве, свойствах или репутации товара. В той или иной стране ведут свою деятельность различные компании, которые в случае с международным бизнесом придерживаются в своей деятельности единых стандартов качества и формируют собственную репутацию, известную в странах, где компания ведет свою деятельность. Страна производства товара никоим образом не может повлиять на его индивидуализирующие свойства. Формально отличить один товар от другого в зависимости от страны происхождения указание происхождения может, но это задача товарных знаков. У потребителей и контрагентов такая дифференциация товаров в зависимости от страны происхождения невольно (и не всегда объективно) будет связываться с качествами и свойствами товара, с условиями и факторами производства, что уже ложится в плоскость охраны других объектов, таких как географические обозначения, сертификационные знаки.

Указание места происхождения товара, на наш взгляд, должно использоваться лишь в контексте информации о товаре в целях реализации положений внутреннего антимонопольного законодательства, законодательства о защите прав потребителей. Причем, такое указание

должно сопровождаться реквизитами (наименованием, регистрационным номером, юридическим адресом, фактическим местонахождением) производителя, прежде всего, для целей предъявления последнему гражданско-правовых требований, в случае возникновения таковых. К примеру, указание «Made in China» на текстильной продукции не может и не должно автоматически свидетельствовать о низком качестве товара, репутации производителя. Напротив, такой подход может нанести ущерб репутации крупнейших производителей со всего мира, которые по различным, чаще всего, экономическим причинам делают выбор в пользу того или иного места производства своих товаров. Единственным обоснованным фактором использования указаний происхождения товаров представляется необходимость информирования потребителей и контрагентов о наименовании и иных реквизитах производителя товара.

Таким образом, указание происхождения средством индивидуализации товаров и услуг не является. Статья 1 Парижской конвенции называет указание происхождения объектом, на который распространяется режим охраны промышленной собственности, через запятую с фирменными наименованиями и с использованием союза «или» с наименованием места происхождения товара. Однако с учетом вышесказанного указание происхождения лишь формально (текстуально) возможно отнести к видам промышленной собственности, но фактически – это механизм, используемый в целях защиты конкуренции и прав потребителей в конкурентных отношениях (что следует из ст. 10 и 10 bis). С учетом изложенного в соотношении с географическими обозначениями, в частности, с наименованием места происхождения товара, указание происхождения не может рассматриваться как общее и частное или наоборот. Сходным с указаниями происхождения в обозначенном контексте можно считать и пресечение недобросовестной конкуренции, которое в ст. 1 Парижской конвенции также названо объектом охраны промышленной собственности, но, по сути, является механизмом охраны промышленной собственности.

По своей сути, указание происхождения должно прямо или косвенно указывать на место происхождения товара, но никакой связи между качеством товара и местом его изготовления для указаний происхождения не требуется. Из этого вытекает, что, к примеру, такие обозначения как «Сделано в Российской Федерации», «г. Москва» не связаны с репутацией товара. Но здесь возникает вопрос о том, любое ли указание на географическое место может пользоваться правовой охраной в качестве указания происхождения товара. Ответ на поставленный вопрос должен, на наш взгляд, звучать положительно.

Такое понимание сути указания места происхождения на товаре закреплено в Мадридском соглашении о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г. Как отмечалось в параграфе 2 первой главы исследования, в этом документе установлено, что поместить указание происхождения на товаре означает лишь предоставить правильную (честную) информацию о месте его происхождения, о его изготовителе и продавце.

В качестве механизмов пресечения ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах Мадридское соглашение выделяет:

- арест товара;
- запрещение ввоза товара;
- иски и средства правовой защиты, установленные национальным законодательством применительно к собственным гражданам;
- санкции, предусмотренные положениями национального законодательства о товарных знаках или торговых наименованиях.

Действительно, в Мадридском соглашении обозначены различные механизмы охраны такого объекта промышленной собственности (исходя из терминологии Парижской конвенции) как указание происхождения. При отсутствии в национальном законодательстве государства участника специальных мер, обеспечивающих пресечение ложных или неверных

обозначений происхождения товаров, применяются санкции, предусмотренные соответствующими положениями национальных законов о товарных знаках. Кроме того, в соответствии со ст. 3.bis Мадридского соглашения страны, в которых оно применяется, обязуются также запрещать при продаже, введении в оборот или предложении товаров употребление любых обозначений, имеющих рекламный характер и способных ввести публику в заблуждение относительно происхождения товаров, путем помещения этих обозначений на вывесках, в объявлениях, счетах, картах вин, торговой корреспонденции или бумагах либо на любых других торговых сообщениях. Таким образом, по смыслу положений Мадридского соглашения, указание происхождения может охраняться как правом интеллектуальной собственности, так и смежным законодательством, например, законодательством о рекламе, как частью законодательства о защите конкуренции.

В свою очередь, наименование места происхождения товара, закрепленное в Парижской конвенции через союз «или» с указаниями происхождения – более конкретный и специфический объект, по своей природе и по своему содержанию относящийся непосредственно к интеллектуальной (а именно, промышленной) собственности. В случае использования наименования места происхождения товара, по сути, также осуществляется обозначение правильной информации о происхождении товара, но основная цель его использования заключается, все же, в указании на наличие у товара особых свойств, обусловленных именно географическим местом его происхождения.

Так, в Италии, в соседних регионах Эмилия-Романья и Ломбардия по идентичному рецепту производят сыр, который, помимо того, что носит разное название (в первом случае «пармеджано реджано», а во втором – «грано подано»), имеет и различия во вкусе, целиком зависящие от травы, которой питаются коровы: на северной стороне реки (в Ломбардии) своеобразный состав травы придает сыру легкий ореховый привкус, а на

южной стороне (Парма) сыр «пармезан» получается с более насыщенным и соленым вкусом. Таким образом, название «пармеджано реджано» является не указанием места происхождения товара, а наименованием места его происхождения, поскольку географическое название в этом наименовании свидетельствует именно об особых свойствах сыра.

Можно прийти к выводу, что указание места происхождения товара закреплялось в Парижской конвенции в качестве объекта промышленной собственности в контексте распространения общей информации о месте происхождения товара (причем цель такого указания до сих пор не конкретизирована на международно-правовом уровне). При анализе положений Парижской конвенции через призму их имплементации на национально-правовом уровне применительно к Российской Федерации в доктрине высказывается схожая и справедливая позиция о том, что указание происхождения не является объектом интеллектуальной собственности, и должно рассматриваться как механизм законодательства о защите конкуренции<sup>95</sup>. То есть, отсутствие определенной репутации, закрепившейся за конкретным товаром, свидетельствует о том, что географическое наименование является не чем иным, как просто указанием на место происхождения какого-либо изготовителя или продавца, его адресом, информацией более общего характера. Но, зачастую, указание, к примеру, на место изготовления и производства товара, а именно – страны, невольно создает у потребителя ассоциации с определенной репутацией. В данном случае следует руководствоваться тем, что место нахождения предприятия - это всего лишь место, где располагается предприятие, выпускающее определенный товар и должно восприниматься исключительно как указание на место происхождения товара, а не как наименование места происхождения товара.

---

<sup>95</sup> См. об этом: Абрамова Е.Н., Сергеев А.П., Аверченко Н.Н., Грачев В.В., Павлов А.А. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть четвертая. Учебно-практический комментарий (под ред. д.ю.н., проф. А.П. Сергеева). - М.: "Проспект", 2016. СПС Гарант.

Так, в Парижской конвенции по охране промышленной собственности закрепляется лишь принцип недопустимости ложных указаний места происхождения товара (ст. 10). Требование определенной репутации товара как правовое условие охраны товара, происходящего из данного географического места, в Парижской конвенции отсутствует, в отличие от Соглашения ТРИПС и регламентов ЕС, которые разрабатывались примерно в одно и то же время и сосредоточились на гораздо более узком объекте – на товарах с особыми качествами, сложившейся репутацией у потребителя или другими характеристиками, прямо связанными с местом их географического происхождения.

Оба понятия «указание происхождения» и «наименование происхождения товара» служат для определения места действительного происхождения товара. Но для первого термина достаточно одного признака: указанный товар происходит из данной местности (истинность или достоверность обозначения). Для наименования места происхождения товара данный признак также является обязательным (название страны, местности откуда происходит товар), однако к нему прилагается ряд иных обязательных признаков, среди которых наличие особых свойств товара, их зависимость от географической среды, которая включает природные условия, людские факторы. С.А. Горленко считает, что это позволяет сделать вывод о том, что все наименования места происхождения товара являются указаниями происхождения, но не наоборот.<sup>96</sup> Такая позиция является наиболее распространенной и высказывалась еще в годы принятия Стокгольмской редакции Парижской конвенции 1967 г.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Горленко С.А. Наименования мест происхождения товаров в СССР и за рубежом. Патенты и лицензии. 1991г., № 12, стр. 16-20.

<sup>97</sup> A. Devlétian. La protection de provenance des appellations d'origine et les indications de provenance P. I., 1956, p. 225, 250; 1957, p. 17, 35, 58; P. I., 1968, p. 114; C. E. Mascarenas. Les indications de provenance et les appellations d'origine, P. 1., 1959, p. 252. Цит. по: Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комментарий. М.: Прогресс, 1977. С. 34.

Отметим, что такое соотношение данных терминов может привести к смешению понятий, что недопустимо, ведь наименование места происхождения и указания происхождения лежат в разных областях правового регулирования. В отношении охраны наименования места происхождения товара не применим механизм защиты указания происхождения и наоборот.

Отсутствие четких положений о разграничении таких объектов, как указание происхождения, наименование места происхождения товара, географическое указание на международно-правовом уровне в международных документах, посвященных праву интеллектуальной собственности, а также отсутствие единой терминологии в законодательстве разных стран приводят к различным режимам и требованиям охраны указаний происхождения. При толковании Парижской конвенции и развивающих ее положений иных международных договоров в доктрине отмечается, что «правовая охрана наименований мест происхождения товаров в международном гражданском обороте регламентирована кроме Парижской конвенции еще двумя универсальными международными договорами: Мадридским соглашением о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г. и Лиссабонским соглашением об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г.»<sup>98</sup>. С этой позицией трудно согласиться, так как Мадридское соглашение имеет свой предмет регулирования: меры по пресечению ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах, и речь в нем не идет об охране наименований мест происхождения товаров. Кроме того, в мировой практике в развитие положений Парижской конвенции реализован подход, согласно которому указания происхождения и наименования мест происхождения товара - это

---

<sup>98</sup> Калятин В.О., Козырь О.М., Корчагин А.Д., Маковский А.Л., Орлова В.В., Павлова Е.А., Степанов П.В., Трахтенгерц Л.А., Шилохвост О.Ю. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный) / Отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. М.: КОНТРАКТ; Инфра-М, 2009. С. 719, 720.

различные и самостоятельные объекты промышленной собственности, несмотря на то, что они названы в Парижской конвенции через союз «или»<sup>99</sup>. Действительно, сущностные характеристики наименования места происхождения товара и указания происхождения, рассмотренные выше, а также различные международно-правовые нормы, регулирующие охрану анализируемых объектов, не позволяют сделать вывод об общности режимов их международно-правовой охраны.

#### **§ 1.4.2. Законодательство иностранных государств и Российской Федерации по вопросам охраны указания происхождения и его соотношения с географическими обозначениями**

В российской и зарубежной науке и практике продолжают существовать позиции, согласно которым наименования мест происхождения товаров зачастую признаются указаниями происхождения товара. В результате не происходит четкого разграничения этих терминов<sup>100</sup>. В этом смысле примером может служить Федеральный закон Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест происхождения товаров, принятый 28 августа 1992 г.<sup>101</sup> и действующий по настоящее время. Он предусматривает, что указаниями мест происхождения товаров являются прямые или косвенные указания на географическое место происхождения товаров и услуг, включая указания на их природу или свойства, имеющие определенную связь с местом их происхождения (п.1 ст. 47 Федерального закона Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест

---

<sup>99</sup> См. об этом: Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. 2016. № 7. С. 58 - 70; № 8. С. 53 - 61. СПС КонсультантПлюс.

<sup>100</sup> См. об этом также: Широкова О.Ю. Указания происхождения товара: опыт Украины, Белоруссии и Таджикистана // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2013. № 10. С. 45-48.

<sup>101</sup> Официальный текст закона см.: Официальный сайт Всемирной организация интеллектуальной собственности <[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=435264](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=435264)> (Дата обращения: 24.04.2017).

происхождения товаров, 1992 г.). Географические наименования и знаки, которые не ассоциируются в общественном сознании как указывающие на происхождение товара или услуги не признаются указаниями происхождения (п. 2 ст. 47 Федерального закона Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест происхождения товаров, 1992 г.). При этом место происхождения товара, равно как и другие условия его производства и требования к качеству, определяются в каждом случае по их влиянию на репутацию конкретного товара<sup>102</sup>.

В правовой литературе также отмечается, что в силу терминологической неточности, зачастую, сложно провести грань между наименованием места происхождения товара и собственно указанием происхождения по законодательству Швейцарии. К примеру, Нгуен Ван Чанг, анализируя швейцарское законодательство, высказывает точку зрения, согласно которой имеет место смешение терминов, и данный закон, оставив в своем тексте принятый в Парижской конвенции общий термин «указание происхождения», по сути, вложил в него содержание, близкое к пониманию «географического указания»<sup>103</sup>.

Следует отметить, что перечисление в Парижской конвенции таких объектов охраны промышленной собственности как указание происхождения, наименование места происхождения через союз «или» вносит определенную путаницу. Например, имплементация положений Парижской конвенции в швейцарское законодательство (ст. 47 Федерального закона Швейцарии по охране товарных знаков и указаний мест происхождения товаров, 1992 г.) представляется специфической и заслуживающей отдельного внимания. Так, швейцарский законодатель закрепил один из предложенных вышеупомянутым международным

---

<sup>102</sup> См. об этом: Григорьев А.Н. Географические указания: проблемы правовой охраны на национальном и международном уровнях: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 – М., 1995. С. 19-20, 98.

<sup>103</sup> См. об этом: Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 – М., 2003. С. 23-24.

договором термин «указание происхождения» в качестве основного, используемого в отношении географических обозначений. При этом по смыслу под указанием происхождения понимается наименование места происхождения товара. Швейцарский закон закрепляет детализированные подходы к связи товара с местом его происхождения для целей использования и охраны указаний происхождения. Происхождение товаров определяется по месту изготовления или по месту происхождения основных материалов или компонентов, используемых для производства товара (п.1 ст. 48 Закона). В швейцарском законе закреплено отдельное регулирование определения места происхождения в отношении различных натуральных продуктов (ст. 48a), продуктов питания (ст. 48b), «иных товаров, преимущественно товаров промышленного производства» (ст. 48 c). Например, в отношении группы «иные товары, преимущественно товары промышленного производства» действует ряд правил, основным из которых является положение о том, что местом происхождения таких товаров является территория, на которой было совершено 60 или более процентов расходов на производство товара. Для определения места происхождения натуральных продуктов установлены дифференцированные правила. К примеру, происхождение натурального продукта определяется для минеральных продуктов местом их добычи; для растительных продуктов местом, где они были собраны; для мяса - местом, где животные проводили преобладающую часть своей жизни и др. Что касается продуктов питания, то по общему правилу, местом происхождения пищевых продуктов является место, из которого происходит, по меньшей мере, 80 процентов массы сырья, из которого состоит продукт питания. Для молока и молочных продуктов, объем молока, произведенного в соответствующем регионе в качестве сырья, должен составлять 100%.

Кроме того, могут встречаться и другие условия использования указания происхождения, в частности, соблюдение принципов производства и требований к качеству (например, для часов или для сельскохозяйственных

продуктов), являющихся обязательными в регионе происхождения (п.2 ст. 48 Закона).

Подводя итог анализу швейцарского законодательства в сфере охраны указаний происхождения товаров, отметим, что оно наглядно демонстрирует возможные последствия смешения различных объектов охраны, вызванные неточными формулировками Парижской конвенции и ее недостаточно детальным регулированием географических обозначений.

Иначе сформулированы положения бразильского закона «О промышленной собственности» от 14 мая 1996 г. № 9.279, в котором закреплен собирательный термин «географическое указание» (раздел IV)<sup>104</sup>. Согласно положениям ст. 176 бразильского закона под географическим указанием понимается указание происхождения или наименование места происхождения. При этом сам термин «географическое указание» Законом не определяется. В свою очередь, указанием происхождения считается географическое название страны, города, района или местности, ставшее известным как центр добычи, производства или изготовления данного товара или как центр оказания соответствующей услуги. В данном случае указание происхождения воспринимается не как указание на место, носящее исключительно информационный характер (как это закреплено в Мадридском соглашении о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г.), а, напротив, предполагается репутационная связь географической местности, которая приобрела свою известность благодаря производству или изготовлению на ее территории определенного товара, с самим товаром.

Таким образом, налицо смешение терминологии. Указанием происхождения признается, по сути, географическое указание, но в узком понимании этого термина, которое подразумевает лишь репутационную связь, обоснованную «известностью» местности, в отличие от содержания

---

<sup>104</sup> Официальный текст закона см.: Официальный сайт Всемирной организация интеллектуальной собственности <[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=125397](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=125397)> (Дата обращения: 24.04.2017).

определения, закрепленного в Соглашении ТРИПС и предполагающего помимо репутационной связи местности с товаром, также связь качества или других характеристик товара с местом происхождения.

Вышеуказанное позволяет сделать вывод о том, что в бразильском законодательстве реализован интересный подход к положениям Парижской конвенции, устанавливающей в качестве объектов охраны указания происхождения и наименования места происхождения через союз «или». Введение собирательного термина «географическое указание», включающего наименование места происхождения и указания происхождения может ввести в заблуждение относительно истинного содержания понятий, однако бразильским законодателем предпринята попытка самобытного разграничения объема понятий наименования места происхождения и указания происхождения посредством дифференциации факторов связи товаров с местностью: репутационная связь – в случае с указанием происхождения и природная (климатическая) или человеческая в случае с наименованием места происхождения. Указание происхождения в понимании Мадридского соглашения о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г. в бразильском законодательстве отсутствует.

В США действует Положение Федеральной торговой комиссии США «О политике обеспечения соблюдения требований США о происхождении товаров» от 1.12.1997 г.<sup>105</sup>. Согласно Положению требование об обязательном размещении указания происхождения Made in USA устанавливается лишь в отношении определенной группы товаров (одежды, текстильных и шерстяных товаров), если конечный продукт произведён в США из ткани, которая также произведена в США. В отношении меховых изделий требуется, чтобы страна происхождения импортного меха указывалась на всех этикетках и в рекламе.

---

<sup>105</sup> Официальный текст положения на англ. яз. см.: Federal Trade Commission. Official Web site. <<https://www.ftc.gov/public-statements/1997/12/enforcement-policy-statement-us-origin-claims>> (Дата обращения: 22.02.2017).

Автомобили, продаваемые в США, должны иметь маркировку, указывающую, где автомобиль был собран, долю деталей, которые изготовлены в США и Канаде и страну происхождения двигателя и коробки передач. Все эти требования, хоть и указывают на страну происхождения конечной продукции, к сущностной индивидуализации товара отношения не имеют. Такие требования служат для целей реализации положений таможенного, антимонопольного законодательства, законодательства о защите прав потребителей.

Таким образом, в США помимо сертификационных и коллективных знаков, предусмотренных Законом о товарных знаках и предоставляющих защиту географическим указаниям (см. параграф 2 главы 2 настоящего исследования), закреплена охрана указаний происхождения, однако, не в качестве объекта промышленной собственности, как это сделано в Парижской конвенции.

В российском законодательстве прослеживается иная ситуация. Часть IV ГК РФ, регулирующая права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации, не содержит указание происхождения в исчерпывающем перечне таких результатов и средств. Таким образом, формально, в российском законодательстве указание происхождения объектом интеллектуальной собственности, в том числе, средством индивидуализации, не признается.

В то же время, защита указания происхождения как объекта промышленной собственности в контексте положений Парижской конвенции реализована в российском антимонопольном законодательстве, а именно в ст. 14 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции». Так, согласно положениям п. 3 ст. 14.2 данного Закона не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя.

Таким образом, российское законодательство при охране информации о месте производстве товара, выражаемой, в свою очередь, в указаниях происхождения, исходит из основ защиты конкуренции при осуществлении предпринимательской деятельности, когда неправильное указание места производства и изготовителя товара, может ввести в заблуждение контрагентов или потребителей, прежде всего, в отношении возможных условий производства. Причем, речь здесь не идет о предотвращении ошибочной ассоциации указания происхождения с качеством того или иного товара. Соответствующее условие установлено в пункте 1 ст. 14.2 Закона о недопустимости введения в заблуждение относительно качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей. Обозначенные положения Закона «О защите конкуренции», на наш взгляд, могут служить дополнительным средством защиты уже известного ГК РФ средства индивидуализации – «наименования места происхождения товара». Кроме того, анализируя положения ст. 14.6 Закона, отметим, что использование ложных указаний происхождения, на наш взгляд, не подпадает под возможные случаи такой формы недобросовестной конкуренции, как введение в заблуждение путем смешения, поскольку сложно представить ситуацию, при которой указание, например, на страну происхождения товара, может ввести в заблуждение относительно изготовителя товара, так как никто по общему правилу не может узурпировать право на производство товаров в той или иной стране. Производство в той или иной стране или регионе страны того или иного товара не может и не должно подразумевать определенное качество или свойство товара, а если такая ассоциация происходит ввиду связи особых свойств товара с климатическими, природными условиями такого места производства, то мы имеем дело уже не с указанием происхождения, а наименованием места происхождения товара как географическим

обозначением, имеющим индивидуализирующее свойство и охраняемым в РФ. При этом, смешением признается незаконное использование обозначения, тождественного наименованию места происхождения товара, равно как и товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению хозяйствующего субъекта-конкурента, которые (средства индивидуализации) поименованы в ст. 14.6 Закона «О защите конкуренции», либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая размещение в доменном имени и при других способах адресации.

Так как указание происхождения не признается ГК РФ средством индивидуализации, оно не охраняется и положениями ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции», в которой речь идет о запрете на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг.

Таким образом, российское законодательство о защите конкуренции предусматривает охрану указаний происхождения лишь в контексте запрета недобросовестной конкуренции путем введения в заблуждение в отношении места производства товара.

Подтверждается данный вывод и практикой Федеральной антимонопольной службы России (Далее - ФАС), в частности, Решением ФАС по делу № 1-14-48/00-08-14 от 15 августа 2014 г,<sup>106</sup> основанным на положениях ст. 14 Закона «О защите конкуренции», утратившей силу на основании Федерального закона от 05.10.2015 N 275-ФЗ, но в то же время, устанавливающей такие же, как и в рассмотренной выше действующей ст.

---

<sup>106</sup> <<http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-35305-14>> (Дата обращения – 19.04.2017).

14.2 Закона «О защите конкуренции», требования к запрету введения в заблуждение относительно места производства товара.

Французское акционерное общество упрощенного типа «ТЕФАЛЬ» (TEFAL, a French S.A.S) обратилось в Федеральную антимонопольную службу России с заявлением о нарушении антимонопольного законодательства со стороны Компании Витесс Франс С.А.Р.Л. (Vitesse France S.A.R.L., France), которое сводилось к акту недобросовестной конкуренции, связанному с введением в заблуждение в отношении места производства продукции, маркированной обозначением «ViTESSE».

Дизайн упаковок посуды марки ViTESSE содержал указанное словесное обозначение вместе с наименованием «France» на фоне изображения, имитирующего национальный флаг Франции, а на самой продукции под обозначением ViTESSE расположено словесное обозначение «Authentique Français» (в переводе с французского языка – «подлинный французский»). Это же словосочетание отображено на фотографическом изображении продукции Компании, размещенном на картонной упаковке товара. Все эти обозначения, по мнению Компании Тефаль в совокупности создавали впечатление, что указанные предметы имеют французское происхождение. Однако на картонной упаковке продукции размещены сведения о стране-производителе: КНР. В санитарно-эпидемиологических заключениях на посуду и изделия для сервировки стола марки ViTESSE в качестве производителя также указан китайский хозяйствующий субъект. Компания ViTESSE, в свою очередь, не согласилась с доводами заявителя, указав на то, что на всей продукции Компании, на упаковке и в сопроводительной документации указывается КНР в качестве страны производства продукции. Кроме того, в апреле 2013 года Компания изменила дизайн упаковок товара, упаковки и сами товары не содержат слова «France», в подтверждение чего Компания представила фотографии и образцы продукции. Однако ФАС приняла сторону заявителя, посчитав использование французского флага на упаковке и формулировку

«Authentique Français» на самой посуде указаниями, вводящими в заблуждение относительно места производства продукции компании ViTESSE.

Таким образом, антимонопольная практика РФ при определении факта введения в заблуждение относительно места производства продукции исходит из запрета использования любого указания в любой форме на страну, отличную от страны производства товаров.

Однако ввиду несколько разрозненного характера российского законодательства в рассматриваемой сфере становится возможным выявить и регулирование указаний происхождения нормами Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 01.05.2017) «О защите прав потребителей». Такое регулирование представляется не совсем достаточным ввиду того, что Закон устанавливает требование о включении в информацию о товаре (работах, услугах) указаний на «место изготовления и упаковки (расфасовки)» товара, только лишь в случае с продуктами питания (ст. 10). Таким образом, в сферу защиты прав потребителей не включено обязательство производителя (продавца) указывать место происхождения продукции по всем остальным товарам. В то же время, в ст. 9 Закона содержатся положения о том, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске. Место нахождения организации далеко не всегда совпадает с местом производства продукции, в силу чего эта группа требований к информации об изготовителе (исполнителе, продавце) к происхождению товаров отношения все же не имеет.

Приведенные примеры свидетельствуют о необходимости пересмотреть подход к указанию происхождения в связи с тенденцией к его использованию исключительно в сфере антимонопольного законодательства и законодательства о защите прав потребителей.

\*\*\*

Таким образом, рассмотренные положения национальных нормативных правовых актов различных государств подтверждают вывод о том, что закрепление в статье 2 Парижской конвенции указания происхождения в качестве объекта промышленной собственности наряду со средствами индивидуализации представляется не соответствующим современным реалиям правового регулирования торговых отношений ввиду того, что указание происхождения – это не средство индивидуализации, а информация о товаре, размещение которой может быть обязанностью продавца в соответствии с требованиями национального законодательства о защите прав потребителей или защите конкуренции. Причем страна должна указываться с целью установления места нахождения производителя и(или) продавца товара для возможного предъявления требований, вытекающих из нарушения законодательства о защите прав потребителей, о защите конкуренции, а не с целью выработки в сознании потребителей ассоциаций между страной происхождения и определенным уровнем качества товаров, произведенных на ее территории, что представляется некорректным и несправедливым в большинстве случаев. Более точным в этом контексте представляется подход к указанию происхождения, закрепленный в Мадридском Соглашении 1891 г. Термин «указание происхождения» в отличие от наименования места происхождения товара представляется не видом промышленной собственности, в частности, одним из средств индивидуализации, а дополнительным механизмом защиты прав участников производственно-торговых отношений, используемым преимущественно в сфере защиты конкуренции и защиты прав потребителей.

## **Глава 2. Особенности реализации международно-правовых норм в региональных и национальных системах охраны географических обозначений**

### **§ 2.1. Правовое регулирование использования географических обозначений в рамках ЕС**

Ввиду сохраняющихся на международно-правовом уровне неточностей в регулировании охраны географических обозначений для уяснения специфики основных подходов к правовой охране различных географических обозначений представляется целесообразным анализ регионального регулирования вопросов охраны и использования географических обозначений в основных правовых системах. За основу такого анализа предлагается взять законодательство ЕС ввиду последних нововведений и изменений в его действующие нормативно-правовые акты. Кроме того, законодательство ЕС является одним из максимально проработанных и передовых в рассматриваемой сфере правоотношений. А для целей уяснения особенностей реализации подходов ЕС к охране географических обозначений через призму национально-правовых механизмов представляется целесообразным и анализ национального законодательства отдельных стран-членов ЕС (Франция, Германия), имеющих значительный опыт регистрации и охраны большого количества географических обозначений. Законодательство указанных государств является наиболее показательным в контексте возможной дифференциации подходов к охране различных географических обозначений в странах ЕС.

Охрана географических указаний и наименований мест происхождения товаров в европейских странах имеет определенные отличия. Это связано, в первую очередь, с тем, что на международно-правовом уровне существуют различные системы защиты рассматриваемых объектов интеллектуальной собственности, в рамках которых по-разному определяются как сами понятия

географического указания или наименования места происхождения товара, так и способы их охраны, а также такие вопросы как регистрация и использование указанных объектов. Законодательство ЕС, которое представляется прогрессивным и показательным в контексте охраны географических указаний и наименований места происхождения товаров, было призвано снять обозначенные противоречия.

Учитывая особенности правовой охраны географических обозначений на национальном и международном уровне, можно выделить системы защиты данных средств индивидуализации с точки зрения системы источников права, а также механизма предоставления правовой охраны.

Анализируя правовое регулирование в странах Европейского союза, следует отметить, что охрана географическим обозначениям предоставляется как на наднациональном (акты ЕС), так и на внутригосударственном уровне. В целях настоящего исследования особый интерес представляет охрана географических обозначений на наднациональном уровне. Анализ основ правового регулирования географических обозначений в ЕС позволяет сделать вывод о целесообразности использования упомянутого выше нейтрального термина – «географические обозначения», так как нормативно-правовым актам ЕС и стран Европы известны понятия как географических указаний (Protected Geographical Indications (“PGIs”)), так и наименований мест происхождения товаров (Protected Designations of Origin (“PDOs”)). Охрана географического обозначения в ЕС осуществляется посредством двух вышеуказанных систем, независимо от охраны товарного знака. Первым документом, закрепившим данную систему, являлся Регламент №2081/92 от 14 июля 1992 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров». Позже был принят Регламент №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов», который отменил действие Регламента 1992 г. (п. 20 Преамбулы Регламента 2006 г.). В иностранной

литературе отмечается, что на разработку Регламента 2006 г. большое влияние оказали положения ВТО. Положения Регламента были согласованы и приняты после длительных переговоров в целях предоставления большей защиты для производителей из третьих стран<sup>107</sup>.

В настоящее время действует Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»<sup>108</sup>. Согласно п. 14 Преамбулы рассматриваемого Регламента действие Регламента 2006 г. прекращается, и его положения заменяются положениями Регламента 2012 г., действующего по настоящее время.

В зарубежной литературе отмечается, что основная цель Регламента 2012 г. - закрепить принципы, установленные предшествующим законодательством в отношении существующих схем качества. Кроме того, существовала потребность удовлетворить растущий потребительский спрос на продукты с определенными характеристиками, связанными с географическим происхождением.<sup>109</sup>

Отметим, что эволюция норм ЕС была вызвана объективными факторами, связанным с необходимостью оптимизации законодательства ЕС в рассматриваемой сфере и его приведением в соответствие с международными стандартами, установленными в Соглашении ТРИПС. Так, в зарубежной доктрине<sup>110</sup> отмечается, что европейская схема защиты

---

<sup>107</sup> Rogits D. EU geographical indications v US trademarks: TKO against the international harmonisation of the protection of geographical indications? // Intellectual Property Quarterly. 2010. № 4. P. 501.

<sup>108</sup> Текст документа на английском языке см.: eur-lex.europa.eu; Official Web-site of the European Union

<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:343:0001:0029:en:PDF>> (последнее посещение – 28 октября 2016 г.); текст документа на русском языке см.: Европейское право интеллектуальной собственности: основные акты Европейского Союза. Под общей ред. Е.А.Павловой. Исследовательский центр частного права. М.: Статут, 2016, с. 774 – 806.

<sup>109</sup> См. об этом: Gragnani M. The EU Regulation 1151/2012 on Quality Schemes for Agricultural Products and Foodstuffs // European Food and Feed Law Review. 2013 № 8. P.377

<sup>110</sup> Blakeney Michael, Coulet Thierry, Getachew Alemu Mengistie and Mahop Marcelin Tonye. Extending the Protection of Geographical Indications. Earthscan from Routledge. 2012. P. 25, 26.

географических указаний (Регламент № 2081/92) не соответствовала Соглашению ТРИПС, на что указывали, в частности, США и Австралия, справедливо утверждавшие, что законодательство ЕС противоречит положениям ТРИПС в некоторых аспектах:

1. ТРИПС предоставляет национальный режим в отличие от регламента ЕС, который не обеспечивает такой подход для товаров, происходящих не из ЕС.

2. В Регламенте ЕС не достаточно четко были закреплены нормы, охраняющие ранее зарегистрированный товарный знак от сходного до степени смешения географического обозначения, параллельное существование обозначенных объектов не декларировалось.

Отметим, что впоследствии в Регламенте ЕС №1151/2012 указанные противоречия были устранены. В п. 25 и 27 преамбулы реализован, по сути, национальный режим для государств-членов ЕС и государств, не являющихся членами ЕС. Ст. 14 Регламента 2012 г. допускает дальнейшее использование товарного знака, имеющего приоритет перед географическим обозначением и была дополнена положениями о возможности параллельного использования товарного знака и географического обозначения. Данный подход реализован на основании п. 5 ст. 24 Соглашения ТРИПС о возможном сосуществовании «добросовестно» зарегистрированного товарного знака и зарегистрированного позже идентичного географического указания. Так, в 2005 году Орган по разрешению споров ВТО рассматривал спор между чешской пивоварней «Будеёвицкий Будвар» / «Будвайзер Будвар» (чеш. Budějovický Budvar, нем. Budweiser Budvar, Budweiser Budbräu) и американской компанией Anheuser-Busch Co<sup>111</sup>. Пивоварня «Будеёвицкий Будвар» оспаривала использование товарного знака Budweiser в Европейском союзе. Budejovicky Budvar является зарегистрированным географическим указанием в ЕС. «Budejovicky» (Ческе-Будеёвице) - это название города в

---

<sup>111</sup> Решение органа по разрешению споров ВТО по делу WT/DS 174/R // <[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/174r\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf)> (дата обращения 22.05.2018)

Чехии. В переводе с чешского на немецкий язык Будеёвицкий звучит как «Будвейс», а товар, происходящий из этого города, именуется «Будвайзер». В соответствии с Регламентом 1992 г., действующего на момент рассмотрения спора, защита указания распространяется и на перевод географического указания (ст. 13.1.b Регламента 1992 г., данное правило сохранено и в последующих регламентах ЕС). Компания Anheuser-Busch утверждала, что регистрация географического указания не должна отменять охрану ранее зарегистрированного товарного знака. Суд, основываясь на положениях п. 5 ст. 24 Соглашения ТРИПС принял решение в пользу Anheuser-Busch и разрешил компании продолжать использовать свой товарный знак, реализовав, таким образом, принцип параллельной охраны географического указания и товарного знака. Данное решение удовлетворило интересы американской компании, так как ранее зарегистрированный товарный знак имеет приоритет над географическим указанием, зарегистрированным позже, и по национальному законодательству США о товарных знаках<sup>112</sup>.

Согласно п. 1 ст. 5 Регламента Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания» продукт, именуемый **наименованием места происхождения товара**, должен происходить из специфичного места, района или, в исключительных случаях, страны. Качество или характеристики такого продукта существенно или исключительным образом должны быть обусловлены определенной географической средой и присущими ей природными или человеческими факторами. При этом все этапы производства проходят именно в данном географическом объекте (изготовление, заготовка и переработка (п. 3 содержит исключения в тех случаях, когда сырье может поступать из иной географической области). К примеру, «сыр Рокфор», «Пармезан» – являются наименованиями мест происхождения товаров.

---

<sup>112</sup> См. об этом: Rogits D. EU geographical indications v US trademarks: TKO against the international harmonisation of the protection of geographical indications? // Intellectual Property Quarterly. 2010. № 4. P. 501.

В свою очередь, товар, охраняемый **географическим указанием**, идентифицируется как происходящий из специфического места, района или страны и обладающий качествами, репутацией или другими характеристиками, связанными, главным образом, с его географическим происхождением, и, как минимум, один из этапов производства которого проходит в определенной географической области. Из данного описания вытекает, что требования, предъявляемые к географическому указанию, менее строгие, так как условия получения сырья и обработки продукта в определенном географическом районе не являются обязательными.

Параллельное сосуществование наименования места происхождения товара и географического указания было обусловлено компромиссом между Францией и Германией в сфере охраны географических обозначений. Охрана наименования места происхождения товара в ЕС происходит из Французского законодательства и отличается от охраны географического указания, помимо упомянутых выше различий в связи всех или одного этапа производства с географической местностью, также и тем, что в случае с последним достаточно репутационной связи товара с местом его происхождения. Именно по такому принципу охраняется географическое указание в Германии.<sup>113</sup> Отметим, что в более ранних Регламентах ЕС 1992 и 2006 гг. содержались схожие определения. В то же время, одно их отличие в определении наименования места происхождения заключается в том, что в ранних Регламентах с соответствующим географическим объектом должны были быть связаны такие стадии, как «изготовление, переработка и заготовка товара». А в отношении географических указаний устанавливалось требование о том, чтобы в соответствующем географическом объекте проходило «производство и (или) переработка и (или) заготовка товара». В Регламенте 2012 г. используется собирательный термин «этапы производства», включающий согласно определению, данному в ст. 3 Регламента 2012 г.,

---

<sup>113</sup> См. об этом: Gangjee Dev. Melton Mowbray and the GI pie in the sky: exploring cartographies of protection // Intellectual Property Quarterly. 2006, № 3 P. 299

изготовление, заготовку и переработку. Содержательно разница практически не прослеживается, в то же время термин «этапы производства» представляется собирательным и более корректным, в том числе, и для целей разграничения наименований мест происхождения товара с географическими указаниями, о чем речь пойдет ниже.

Таким образом, анализ положений ст. 5 Регламента 2012 г. свидетельствует о том, что было осуществлено четкое разграничение наименований мест происхождения и географических указаний по критерию места осуществления различных этапов производства. Т.е., в законодательстве ЕС проведена дифференциация географических обозначений на географические указания и наименования места происхождения товара в зависимости от того связаны ли все (в случае с наименованием места происхождения товаров) или какой-либо определенный этап производства товара (в случае с географическим указанием) с географическим регионом его происхождения. Такой подход представляется наиболее проработанным по сравнению с положениями Женевского акта Лиссабонского соглашения, где при дифференциации географических обозначений в отношении обусловленности качества или свойств товара географической средой используются оценочные категории «исключительно» и «главным образом», которые никак не конкретизируются. В то же время, наиболее целесообразным и детализированным решением в случае с дифференциацией географических указаний и наименований мест происхождения товара представляется использование при определении отличительной особенности географических указаний критерия связи именно основного (а не любого) этапа производства с географическим регионом происхождения товара. Таким основным этапом производства должен являться этап добычи сырья (что обязательно происходит в регионе происхождения сырья). Иначе связь особых свойств товара с географическим регионом его происхождения будет утрачена (например, в случае с определением региональной связи при использовании

географических указаний посредством региона – места обработки сырья, места упаковки товара).

Кроме того, в определениях географического указания и наименования места происхождения товара ранее упоминалось название «региона, конкретной местности или... страны» (п. 1 (а) ст. 2 Регламента 2006 г.). В Регламенте 2012 г. указано, что географическое указание или наименование места происхождения товара может состоять из названия, не содержащего в себе наименование географической местности (п.1 ст. 5). В иностранной литературе подчеркивается, что, таким образом, законодатель предоставляет возможность регистрировать наименования без указания в названии на географический регион или страну.<sup>114</sup> Отметим, что в Соглашении ТРИПС используется идентичный подход в отношении географических указаний.

Кроме того, в зарубежной доктрине высказывается позиция о том, что формулировка определения географического указания в Регламенте 2012 г. сходна с закрепленным определением одноименного понятия в Соглашении ТРИПС (ст. 22.1). Она отражает подход стран Северной Европы, согласно которому региональное производство должно охраняться в силу наличия репутационной связи. В данном случае связь товара с определенной местностью не такая прочная, ввиду того, что требования, предъявляемые к географическим указаниям, представляются более лояльными в отличие от требований, предъявляемых к наименованию места происхождения товара. Определение последнего очень близко к сформулированному в Лиссабонском соглашении понятию наименования места происхождения товара<sup>115</sup>. Предметом обсуждения в современной иностранной литературе является и специфика связи продукта, а именно такой его характеристики, как репутация, с географической местностью<sup>116</sup>. Отмечается, что каждый товар, помимо прочих характеристик обладает определенными

---

<sup>114</sup> См. об этом: Gragnani M. указ. соч. с. 377

<sup>115</sup> См. об этом: Gragnani M. указ. соч. с. 377

<sup>116</sup> См. об этом: Gangjee Dev. GIs beyond wine: time to rethink the link? // International Review of Intellectual Property and Competition Law № 48 (2). 2017. P. 129-133.

отличительными особенностями, которые выделяют его среди массы других. Эти отличительные особенности обусловлены так называемой «биографией» товара - совокупностью экологических, социально-экономических или культурных факторов, характерных для региона происхождения. Иными словами, репутационную связь характеризуют отличительные особенности товара, которые, в свою очередь, обусловлены конкретными человеческими навыками, разработанными исходя из особенностей места. Вышеуказанный подход подразумевает связь продукта с его местонахождением и отличается от классического подхода «терруа» и подхода к репутационной связи товара с местностью, характерного для законодательства о товарных знаках, который учитывает, обладает ли потребитель информацией о продукте и является ли репутация коммерческой ценностью, достаточной для защиты. Критерии исторических особенностей и человеческих навыков обладают охраноспособностью. Данные товары охраноспособны не в силу их уникальности и невозможности воспроизведения в другом месте, а для целей поддержания и развития местности, способов производства товаров в этой местности и сообществ производителей, которые проживают в них. Следовательно, необходимо пересмотреть характер связи товара с местностью<sup>117</sup>. Таким образом, в классическом случае, когда на особые свойства товара влияют природный, климатический факторы, географическое местоположение первично, а товар и его свойства вторичны. Во втором же случае, когда присутствует репутационная связь, важное значение имеет то обстоятельство, что уже товар, на особые свойства которого местность оказывает влияние посредством людского фактора, формирует репутацию географической местности.

Обязательным условием для предоставления географическим обозначениям охраны в рамках Европейского союза является регистрация. Географические указания и наименования места происхождения товара гарантируют потребителям качество товара.

---

<sup>117</sup> См. об этом: Gangjee Dev. Указ. соч. С. 129-133.

Регламент №1151/2012 устанавливает единую процедуру регистрации географических указаний и наименований мест происхождения товаров в Реестре ЕС, доступном для общественности и регулярно обновляемом (ст. 11).

Следует отметить, что географическое обозначение, указывающее на регион вне пределов ЕС (иностранное географическое обозначение) также подлежит охране согласно положениям Регламента. Кроме того, производители из 3-их стран могут зарегистрировать иностранное географическое обозначение в ЕС. Такими примерами являются: черный чай Дарджилинг (Индия), Колумбийский кофе (Колумбия), Антеп баклава (пахлава из Турции), зеленый чай Лунцзин (Китай).<sup>118</sup>

В Регламенте № 1151/2012 также содержатся нормы о соотношении национальной охраны и охраны, предоставляемой на наднациональном уровне согласно Регламенту. Так, согласно ст. 9 Регламента государство-член ЕС только на временной основе вправе предоставить названию на национальном уровне в соответствии с Регламентом охрану, действие которой начинается с даты подачи заявки в Комиссию. Такая национальная охрана прекращается либо с даты принятия решения о регистрации согласно Регламенту, либо с даты отзыва заявки. Немецкий специалист Р. Кнак отмечает, что отклонение заявки на регистрацию наименования, поданной согласно Регламенту, не ведет автоматически к утрате защиты на национальном уровне<sup>119</sup>.

За юридическими или физическими лицами закрепляется право заявить возражение против предполагаемой регистрации путем подачи обоснованного возражения в соответствующее ведомство своей страны,

---

<sup>118</sup> Yves van Couter, Florence d'Ath. Protecting the Origin of Foodstuffs in the European Union Indications of Origin and Trademarks as Intellectual Property Tools // European Food and Feed Law Review № 11. 2016. P. 293

<sup>119</sup> Knaak R. Die Rechtsprechung des European Gerichtshof Zum Schutz geografischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen nach der EG – Verordnung Nr. 2081/92//GRUR – 2000. - №5. – S. 40 Цит. По: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / М.Н. Соколова. – М., 2002. С. 63-64.

которое направляет его в специально созданную для регистрации географических указаний Комиссию. Если возражение принято, то Комиссия может предоставить соответствующим странам-членам возможность в течение 3 месяцев достичь взаимного урегулирования протеста в соответствии с их национальными процедурами (ст. 51).

В обозначенном контексте показательным представляется решение Европейского Суда по делу C-312/98<sup>120</sup>, которое было основано на Регламенте №2081/92 от 14 июля 1992, положения которого о соотношении национальной и наднациональной регистрации географических обозначений в целом совпадают с рассмотренными выше положениями Регламента 2012 г. Фирма Warsteiner Brauere с 1753г. имеет пивоварню в Варштайне (Германия) и варит пиво под названием «Warsteiner», которое названо так же, как и сам географический объект. После приобретения в 1990 г. новых площадей, расположенных в Падерборне (недалеко от Варштайна), фирма осуществляла сбыт пива, произведенного в новом месте, но под тем же названием. На этикетке с задней стороны было указано, что данное пиво изготовлено и разлито в бутылки в новой пивоварне.

У пива, сваренного в Падерборне, отсутствовали особые качественные характеристики, которые были бы свойственны пиву, произведенному именно в этой местности.

Немного позже продажа пива была запрещена немецкими судами на основании национального законодательства, не допускавшего использование указаний, относящихся к происхождению продукции, которые вводят потребителя в заблуждение.

В апелляции, поданной в Суд Европейского Союза, было высказано возражение, что это наименование не обманывает потребителя в

---

<sup>120</sup> Division de la Presse et de l'information // COMMUNIQUE DE PRESSE. - №82.00. – 7 novembre 2000.-<<http://europa.eu.int/cj/aff/cp0082fr/htm>> Цит. по: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / М.Н. Соколова. – М., 2002. С. 63-64.

значительной мере, так как опрос, проведенный по распоряжению суда, установил, что только 8 % потребителей пива действительно знали местность и придавали этому значение.

Целью владельца фирмы, обратившегося в суд ЕС, было получить разъяснение о соответствии германского законодательства о защите товарных знаков Регламенту ЕС №2081/92 относительно защиты географических указаний и названий происхождения сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.

Суд не стал рассматривать соответствие германского законодательства Регламенту отметив, что последний применяется лишь к географическим указаниям, содержащим прямую связь между определенным качеством и репутацией или иными характеристиками продукции и ее географическим происхождением.<sup>121</sup>

Говоря о современных способах защиты географических обозначений в законодательстве ЕС, стоит отметить, что согласно п. 1 (а) ст. 13 Регламента №1151/2012 правообладателю географического указания или наименования места происхождения товара предоставляется четыре способа защиты. Во-первых, географические указания и наименования места происхождения товара получают защиту от любого незаконного коммерческого использования зарегистрированного географического указания и наименования места происхождения товара, в том числе, если продукты являются сходными с продуктами, зарегистрированными под указанным наименованием, или если использование географического указания и наименования места происхождения товара приводит к случаям пользования репутацией товара. Во-вторых, географические указания и наименования места происхождения товара защищены от любого неправомерного использования, имитации, воспроизведения (evocation), даже если указано истинное происхождение товара или если наименование переведено или

---

<sup>121</sup> Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / М.Н. Соколова. – М., 2002. С. 63-64.

сопровождается такими словами как «вид», «метод», «имитация» или аналогичными выражениями. Данная защита предоставляется вину и спиртным напиткам в соответствии с ТРИПС<sup>122</sup>. Текстуально эти меры защиты полностью дублируют положения ст. 23 ТРИПС. В-третьих, предоставляется защита от ложного и вводящего в заблуждение указания на упаковке товара или рекламном материале. В-четвертых, географическое указание и наименование места происхождения товара защищаются от иных случаев введения в заблуждения потребителя в отношении истинного происхождения товара. Данные средства правовой защиты могут вводиться в действие правительством. Рассмотренные меры защиты в целом представляются принятыми во исполнение положений ТРИПС. В то же время, в Регламенте по сравнению с ТРИПС конкретизируются некоторые меры защиты, например, защита от ложного и вводящего в заблуждение указания на упаковке товара или рекламном материале, а также осуществлено распространение мер защиты и на наименования места происхождения, что в целях унификации законодательства стран ЕС представляется прогрессивным решением.

Дело «European Commission v. Germany»<sup>123</sup> наглядно демонстрирует, насколько легче правообладателю доказать воспроизведение части географического указания или наименования места происхождения товара (evocation), чем сходство до степени смешения (likelihood of confusion, - первый, обозначенный выше способ защиты) при использовании спорного обозначения потенциальным нарушителем. Европейский суд в вышеуказанном деле столкнулся с вопросом, распространяется ли защита,

---

<sup>122</sup> Попытка ряда африканских и европейских государств внести изменения в положения ТРИПС и установить отдельные дополнительные меры защиты географических указаний на иные товары (отличные от вин и крепких спиртных напитков), успехом не увенчалась. См. об этом: Antons Christoph, Blakeney Michael, Heath Christopher. Intellectual Property Harmonisation Within ASEAN and APEC // Kluwer Law Internat. 2004. P. 14.

<sup>123</sup> См. об этом: Judgment of the Court, EUR-Lex CELEX 62005J0132, with Cmty. of Roquefort v. Santo, 157 U.S.P.Q. (BNA) 444 (T.T.P.A. 1968), aff'd, 58 C.C.P.A. 1303 (1971). Цит. по: Emily Nation. Geographical indications: the international debate over intellectual property rights for local producers. 2011, p. 970 <[http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final\\_s.pdf](http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final_s.pdf)> (Дата обращения: 28.10.2016).

предоставленная наименованию места происхождения товара «Parmigiano Reggiano» на немецкое наименование «Parmesan». Суд постановил, что последнее наименование запрещено использовать в отношении «Parmigiano Reggiano» из-за фонетического и визуального сходства этих двух названий, а также, учитывая то, что оба наименования используются для обозначения твердых сортов сыров. Суд истолковал «воспроизведение» как механизм, предполагающий, что использование термина для обозначения того или иного продукта может включать часть охраняемого обозначения, что приводит к введению потребителя в заблуждение и ассоциации с товаром, соответствующему обозначению которого предоставлена охрана. На первый взгляд, можно толковать рассматриваемый пример как демонстрацию использования механизма «сходство до степени смешения», но суд пояснил, что зарегистрированное наименование места происхождения товара охраняется и механизмами «воспроизведения части наименования места происхождения товара», в случаях, когда сходство до степени смешения отсутствует. В то же время, на наш взгляд, четкого разделения понятия «сходство до степени смешения» с понятием «воспроизведение» наименования места происхождения товара или его части ни в законодательстве, ни в судебной практике не прослеживается, так как, в частности, в рассматриваемом деле суд интерпретирует «воспроизведение» через фонетические и визуальные факторы ассоциации, что традиционно свойственно механизму определения «сходства до степени смешения».

Кроме того, в решении Европейского суда, Case C-87/97, Gorgonzola, [1999] I – 01301<sup>124</sup> «воспроизведение» было определено как создание обозначения товара, содержащего часть охраняемого обозначения, что может ввести потребителя в заблуждение относительно истинного обозначения и происхождения товара и искусственно создать ассоциацию такого обозначения в сознании потребителя с охраняемым обозначением.

---

<sup>124</sup> Judgment of the Court (Fifth Chamber) of 4 March 1999. European Court Reports 1999 I-01301 <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=ecli:ECLI:EU:C:1999:115>> (Дата обращения: 04.08.2017).

В своем недавнем решении, вынесенном в 2016 г. по делу: Case C-75/15, *Viiniverla Oy v. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus (Verlados)*, [2016], ECLI:EU:C:2016:35<sup>125</sup>, Европейский суд уточнил, что при оценке факта воспроизведения «национальный суд обязан учитывать восприятие среднего потребителя (в масштабах всего ЕС, а не только конкретного государства-члена, где был произведен товар, в названии которого «воспроизведено» охраняемое географическое указание), который, располагая открытой информацией, уделяя достаточное внимание предлагаемому товару, логически оценивает происхождение товара из того или иного региона. Кроме того, национальные суды обязаны принимать во внимание фонетическую, визуальную связь между спорными обозначениями, а также любые иные доказательства того, что такое сходство неслучайно.

Обозначенные положения решений Европейского суда также представляются недостаточно четко дифференцированными с понятием «сходства до степени смешения». Кроме того, рассмотренное решение Европейского суда по делу C-75/15 и вовсе оперирует категориями «фонетическая», «визуальная» связь, традиционно используемыми при определении сходства до степени смешения.

Так, в соответствии с законодательством ЕС в целях признания факта нарушения достаточно установить фактическое обстоятельство, согласно которому спорное обозначение объективно вызывает стойкие ассоциации с зарегистрированным наименованием места происхождения товара даже в том случае, если у конкретного потребителя не возникает ассоциации между спорным и зарегистрированным обозначениями.

В рассматриваемом же деле Германия обосновывала свою позицию, указывая на то, что наименование «Parmesan» не может быть

---

<sup>125</sup> Judgment of the Court (Second Chamber) of 21 January 2016. Case C-75/15. <<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130d5303f8454b1864b3ba05b932c9825851d.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4PaN0Ke0?text=&docid=173685&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1037853>> (Дата обращения: 04.08.2017).

воспроизводящим наименование «Parmigiano-Reggiano» ввиду того, что наименование «Parmesan» является родовым (общеупотребимым) для соответствующего типа твердых сыров. Суд отклонил обозначенные доводы, ссылаясь на то обстоятельство, что Германией не было реализовано бремя доказывания, и приведенная позиция доказана не была. Германия лишь предложила цитаты из словарей и специальной литературы, определяющие термин «Parmesan», а должна была, по мнению суда, предоставить всеобъемлющую информацию о понимании наименования «Parmesan» в сознании потребителей, например, проведя социальный опрос потребителей, а также анализ информации о производстве и потреблении сыров, в отношении которых используется торговое обозначение «Parmigiano Reggiano» и «Parmesan». И так как Германия не смогла доказать, что «parmesan» является родовым понятием, суд пришел к выводу о том, что использование слова «Parmesan» в отношении сыров, которые не соответствуют по качественным характеристикам сырам с наименованием места происхождения товара «Parmigiano Reggiano», должно рассматриваться как нарушение исключительного права на соответствующее наименование места происхождения товара.

Приведенная позиция суда представляется справедливой ввиду того, что лишь оценив максимально объективные факторы возможно сделать вывод о «воспроизведении в части» или сходстве до степени смешения тех или иных обозначений.

Таким образом, мы видим, что в ЕС,<sup>126</sup> при определении вопроса о том, является ли обозначение, используемое в охраняемом объекте (наименование места происхождения товара или географическое указание), родовым для определенных товаров, судебная практика исходит из того, доказано ли данное обстоятельство заинтересованной стороной.

---

<sup>126</sup> См. об этом: Emily Nation. Geographical indications: the international debate over intellectual property rights for local producers. 2011, p. 970 <[http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final\\_s.pdf](http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final_s.pdf)> (Дата обращения: 28.10.2016).

Преодоление подобных противоречий является предметом и разрабатываемых двусторонних соглашений ЕС с третьими странами. В обозначенном контексте, следует отметить, что в 2017 Европейский парламент одобрил положения Всеобъемлющего экономического и торгового соглашения (Comprehensive Economic and Trade Agreement) между Европейским союзом и Канадой.

Вышеупомянутое соглашение между ЕС и Канадой содержит подраздел «С», закрепляющий определение географического указания, идентичное определению, данному в ТРИПС, что свидетельствует о том, что договаривающиеся страны последовали англо-американскому подходу.

Кроме того, Соглашением предоставляется охрана обозначениям, сопровождающимся такими выражениями как «тип, способ». В зарубежной литературе справедливо подчеркивается, что, тем самым, ограничивается защита самих географических указаний.<sup>127</sup>

Таким образом, Европейским союзом используются как четкие детализированные подходы к регулированию географических указаний на наднациональном уровне, так и гибкие правовые конструкции в отношениях с третьими странами.

Особенности подхода к режимам охраны географических обозначений в ЕС очевидны. Устанавливаются факты злоупотребления при использовании того или иного обозначения, имитации, воспроизведения спорного обозначения. Кроме того, в ЕС предусматриваются охрана географических обозначений в контексте защиты конкуренции и защиты прав потребителей (ст.1, 42 Регламента ЕС №1151/2012), а также дополнительные меры охраны географических обозначений, предусмотренные ст. 23 Соглашения ТРИПС.<sup>128</sup>

---

<sup>127</sup> См. Об этом: Carreño I., Vergano P. R. Geographical Indications, “Food Fraud” and the Fight Against “Italian Sounding” Products // European Journal of Risk Regulation. 2016. P. 419.

<sup>128</sup> См. об этом: там же.

Обозначенные выше положения о различных мерах охраны географических обозначений подтверждаются и национальной правоприменительной практикой государств-членов ЕС<sup>129</sup>. Так, например, в решении Палаты Лордов от 8 февраля 2001 г. по делу *Conorzio Del Prosciutto Di Parma v. Asda Stores Limited and Others* было установлено, что цель географических указаний двояка. Во-первых, географические указания направлены на защиту производителя товара от недобросовестной конкуренции, а во-вторых, покупателя от введения в заблуждение путем указания неверного места происхождения.

Таким образом, законодательство ЕС представляется достаточно прогрессивным, детализированным ввиду того, что в ЕС предоставляется охрана и географическим указаниям, и наименованиям места происхождения товара, реализованы дополнительные механизмы охраны соответствующих обозначений, отдельно проработаны средства защиты и механизмы определения нарушенных прав на географические указания и наименования места происхождения товара, которым предоставлена охрана. Кроме того, законодательство ЕС может быть взято за основу при гармонизации правовой охраны географических указаний и наименований мест происхождения товара на международно-правовом уровне, в том числе, в контексте положений Женевского акта (2015 г.) Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации, 1958 г., предусматривающего охрану и географических указаний, и наименований мест происхождения товара.

2. В Европейском союзе Франция является одним из лидеров в области охраны наименования места происхождения товара. Необходимость предоставлять защиту данному объекту появилась во Франции с 14-ого века, когда владельцы виноградников в провинциях Бордо и Коньяк стали нуждаться в охране производимых ими вин и коньяков.

---

<sup>129</sup> См. об этом: Gangjee Dev. *Relocating the Law of Geographical Indications* // Cambridge university press. 2012. P. 11

Благодаря тому, что национальное законодательство разрабатывалось с начала 20-ого века, Франция накопила большой опыт в этой сфере. С 1930 г. каждому высококачественному вину присваивалось название местности, в которой оно изготовлялось, а также издавался декрет, в котором указывались методы изготовления, так как именно от использования определенных методов зависело качество вин. Именно во Франции возникла знаменитая и используемая во всем мире доктрина терруар<sup>130</sup> (от французского *terroir* (*terre*) - земля) означающая систему факторов окружающей среды, включая почвенно-климатические факторы и особенные характеристики местности (рельеф, роза ветров, наличие водоёмов, лесных массивов, инсоляция, окружающий животный и растительный мир), определяющих сортовые характеристики сельскохозяйственной продукции и контролируемые государством посредством режима охраны наименования места происхождения<sup>131</sup>. Первоначально доктрина использовалась в отношении вина, но затем была распространена на иные продукты сельского хозяйства (чай, оливковое масло, сыр и др.)

Франция является участницей Парижской конвенции по охране промышленной собственности, а также Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации, модернизированного путем принятия Женевского акта 20 мая 2015 г., который предоставляет охрану как на НМПТ, так и ГУ. Франция подписала этот акт, но он еще не вступил в силу.

В силу того, что Франция является участницей Европейского Союза, в рамках которого действует Регламент от 21 ноября 2012 г., а также является членом ВТО и, следовательно, участвует в Соглашении ТРИПС, во Франции охраняются как наименования места происхождения товара, так и

---

<sup>130</sup> См. об этом: Bérard Laurence, Marchenay Philippe. From Localized Products to Geographical Indications: Awareness and Action // Centre national de la recherche scientifique Alimentec - 01000 Bourg-en-Bresse. 2008. PP. 17-18.

<sup>131</sup> Доктрина возникла в 13 веке, но более широкое распространение получила в 19 веке. См. об этом: там же.

географические указания. Кроме того, во Франции особую роль в охране и популяризации географических обозначений играют комитеты производителей и Национальный институт происхождения и качества продукции<sup>132</sup> - французский орган государственной власти при Министерстве сельского хозяйства Франции, отвечающий за контроль сельскохозяйственной продукции, защищенной географическими обозначениями. Говоря о комитетах, отметим, например, Межпрофессиональный комитет производителей шампанских и вин (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne), - один из первых винных комитетов (с государственным и частным участием), созданных во Франции в 1941 г., целью которого является защита общих интересов виноделов и продавцов из региона Шампани, то есть всех производителей вин с географическим обозначением Champagne. Наименование места происхождения товара во Франции охраняется на основании Кодекса интеллектуальной собственности 1992 г. (Закон №92-597 от 01.07.1992 г. «О Кодексе интеллектуальной собственности»), в ст. L.721-1 которого дано определение НМПТ: «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». Указанное определение тождественно данному в Лиссабонском соглашении об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958 г.<sup>133</sup> Охрана географических указаний вытекает из положений статьи L.721-2 Кодекса интеллектуальной собственности, принятой в 2014 г. на основании положений Регламента ЕС 2012 г. В соответствии со статьей L721-2, географическим указанием

---

<sup>132</sup> Audier Jacques. World Intellectual Property Organization. Symposium on the International Protection of Geographical Indications. WIPO. 1999. P. 239

<sup>133</sup> См. об этом: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук/ Российский государственный институт интеллектуальной собственности. Москва, 2002. Стр. 74.

является наименование географического района или определенного места, используемого для обозначения товара, за исключением сельскохозяйственных товаров, товаров лесных хозяйств, продовольственных или морских товаров. Таким образом, отметим интересную особенность французского законодательства в сфере охраны географических указаний, которая сводится к ограничению круга товаров, в отношении которых допускается использование географических указаний (изъятию, по сути, всех товаров потребления, географическая индивидуализация которых возможна с помощью наименований мест происхождения). Название подраздела (section 2), в котором закреплена приведенная выше статья звучит как «Географические указания, защищающие промышленную и ремесленную продукцию», по сути, указывает на сферу применения географических указаний – промышленность и ремесленное производство.

Для того, чтобы пользоваться защитой в качестве географического указания, обозначаемый им товар должен удовлетворять одному из следующих требований: его качество, репутация или специфические характеристики должны быть обусловлены географическим происхождением товара.

Как отмечается в зарубежной доктрине<sup>134</sup>, термин «качество» означает, что физические характеристики товара должны быть обусловлены его географическим происхождением, например, мрамор или камень. чувство сильного общественного признания. Репутация определяется через сильное общественное признания товара и строго связана с местными традициями методами производства, известными потребителям. Репутация делает товар уникальным для потребителей<sup>135</sup>. Специфические характеристики товара

---

<sup>134</sup> См. об этом: Moretti G. The registration of geographical indications for non-agricultural products in France and its impact on proposed EU legislation // European Intellectual Property Review. 2016. pp. 686-696.

<sup>135</sup> См. Об этом: Correa Carlos María. Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Commentary on the TRIPS Agreement // Oxford: Oxford University Press, 2007, pp.220–221.

необходимы для удостоверения фактической связи между обозначением, товаром и связанным с ним географическим происхождением. Они разрабатываются местными органами и включаются в книгу спецификаций. И в соответствии со статьей L721-3 (3) Кодекса интеллектуальной собственности они должны включать в себя все операции, связанные с производством конкретного товара. Такая конкретизация критериев связи товара с наименованием географического региона, обозначенного географическим указанием заслуживает особого внимания и представляется позитивным подходом. В то же время ввиду наличия различных критериев такой связи (качество, репутация, специфические характеристики) во Франции известны случаи конфликтов Ассоциаций производителей товаров, которые подают заявки по одному и тому же товару, но по разным критериям, как в случае с делом, связанным с обозначением «Savon de Marseille» - марсельское мыло<sup>136</sup>. Спор возник между Ассоциацией производителей Марсельского мыла (Association des Fabricants de Savon de Marseille (AFSM)) и Союзом технологов марсельского мыла (the Union des Professionnels du Savon de Marseille)<sup>137</sup>. Ассоциация, подав заявку в сентябре 2015 г., ссылалась на репутационную связь товара с регионом Марсель. Союз, подав заявку в декабре 2015 г., ссылался на связь качества производимого товара (особых физических свойств) с более широким регионом. Данный спор показывает, что под вопрос могут быть поставлены те или иные критерии, по которым компетентные государственные органы будут предоставлять право пользования теми или иными географическими обозначениями желающим производителям. В то же время, разрешение обозначенной проблемы, на наш взгляд, лежит в рамках разработки четкого государственного подхода (компетентным органом государственной власти) к критериям того или иного географического указания с учетом мнения

---

<sup>136</sup> См. об этом: Moretti G., указ. соч., там же.

профессиональных сообществ, а не в рамках частного спора, поскольку речь идет об определении критериев установления связи товара с географическим регионом.

Государственную политику в области защиты наименований места происхождения товаров и географических указаний во Франции осуществляет Национальный институт Наименований Происхождения (ИНАО). Его статус закреплен в Законе №99-574 от 9 июля 1999 г. о сельскохозяйственной деятельности. Данное учреждение, основываясь на представленных заявителями документах, готовит предложения для последующего предоставления охраны НМПТ и ГУ. ИНАО проводит экспертное исследование товара, осуществляемое независимой комиссией в течение 1-2 лет в границах определенной территории, затем составляет отчет-заключение. В свою очередь, секретариат ИНАО следит за проведением исследования в части соблюдения требований к особому свойству и качеству товаров, а также обусловленности этих признаков территорией происхождения.

После прохождения «публичной проверки», в течение которой заинтересованные лица могут подать возражения, ИНАО готовит постановление (декрет), которое рассматривает Министерство сельского, лесного хозяйства и продовольствия Франции. Перечни признанных наименований мест происхождения товаров и географических указаний правительство Франции в лице Министерства сельского, лесного хозяйства и продовольствия передает в ЕС. ЕС публикует полученные заявки в своем официальном бюллетене.<sup>138</sup>

Во французской доктрине особое внимание обращается на влияние членства Франции в ВТО на подходы к регулированию охраняемых во Франции географических указаний. Так, отмечается, что географические указания должны квалифицироваться как объекты, в отношении которых

---

<sup>138</sup> См. об этом: Горленко С.А. Правовая охрана географических указаний во Франции // Патенты и лицензии №3, 2006. Стр. 11-15.

допускается лишь право пользования, всячески отвергая проприетарную концепцию и концепцию исключительного права (в полном объеме) на географические обозначения<sup>139</sup>. Справедливо будет отметить, что такой же вывод можно сделать и в отношении наименований мест происхождения товара. В характеристике прав на эти два объекта разницы усмотреть невозможно в силу общности подходов к использованию прав на географические обозначения. Действительно, связь географического обозначения, а именно места происхождения товара с особыми свойствами товара, его качеством и репутацией не должны быть предметом исключительного права какого-либо одного лица, так как произойдет, по сути, узурпация права индивидуализировать названием места происхождения товар с особыми характеристиками одним лицом, что можно сравнить с монополизированным правом производства товаров потребления каким-либо одним лицом, что противоречит как основным принципам конкуренции, так и принципу общедоступности освоения природных ресурсов.

Опыт Франции в правовом регулировании обозначений, указывающих на происхождение товаров, является прогрессивным ввиду охраны как НМПТ, так и ГУ, а также ввиду наличия отдельного органа государственной власти, уполномоченного на регистрацию и охрану НМПТ и ГУ, что демонстрирует дифференцированный подход к НМПТ и ГУ среди иных средств индивидуализации, а также открытость и вариативность правового поля для иностранных заявителей и иностранных географических обозначений.

3. Говоря об ином, более нейтральном и самобытном подходе к охране географических обозначений в странах ЕС, отметим Германию.

Охрана географических указаний в Германии регулируется положениями части шестой (указания географического происхождения)

---

<sup>139</sup> См. об этом: Delphine Marie-Vivien. La protection des indications géographiques: France, Europe, Inde. // Versailles: Ed. Quae, 2012. P. 240.

закона Германии о товарных знаках и иных обозначениях 1994 г.<sup>140</sup> Эти положения являются специальными нормами, принятыми во исполнение статьи 5 Закона Германии о защите против недобросовестной конкуренции, которая устанавливает общий запрет на действия, которые вводят потребителей в заблуждение в процессе осуществления предпринимательской деятельности<sup>141</sup>. Отметим, что до вступления в силу закона о товарных знаках и иных обозначениях, в Германии не существовало специального законодательства в этой сфере. Кроме того, в Германии действует рассмотренный выше Регламент ЕС № 1151/2012, который оказал существенное влияние на модернизацию законодательства Германии в рассматриваемой сфере правоотношений.

В иностранной литературе отмечается, что мнения ученых расходятся по вопросу соотношения части 6 Закона Германии о товарных знаках и иных обозначениях и статьи 3 Закона Германии о защите против недобросовестной конкуренции, а именно: действуют ли они одновременно или последний применяется в случаях обнаружения пробелов в положениях Закона Германии о товарных знаках и иных обозначениях.<sup>142</sup>

Статья 2 Закона Германии о товарных знаках и иных обозначениях устанавливает, что охрана географических указаний в соответствии с данным законом не исключает применение положений других законов для защиты того же объекта. Однако, цели вышеуказанных законов разные. В то время, как положения Закона о товарных знаках и иных обозначениях направлены непосредственно на охрану географических указаний и производителей, положения Закона о защите против недобросовестной конкуренции

---

<sup>140</sup> Текст закона на английском языке см.: Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz <[http://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_markeng/](http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_markeng/)> (Дата обращения: 16.02.2017).

<sup>141</sup> См. об этом: Olaf Sosnitza. What rules should govern claims by suppliers about the national or geographic origin of their goods or services <<https://www.ligue.org/uploads/documents/cycle%202016/Rapports%202016/RapportBAAllemagne.pdf>> (Дата обращения: 16.02.2017).

<sup>142</sup> См. Об этом: Eike Ullmann. Der schutz der Angabe zur geographischen Herkunft – wohin? – Die geographische Herkunftsangabe im Wettbewerbsrecht und im Markenrecht // GRUR. 1999. P. 666-673

регулируют данные отношения косвенно и призваны охранять от введения в заблуждение путем незаконного использования географических указаний.<sup>143</sup>

Согласно положениям ст. 126 закона Германии о товарных знаках и иных обозначениях 1994 г. под указаниями географического происхождения в контексте положений закона понимаются наименования мест, регионов, территорий, государств, равно как и иные указания и обозначения, которые используются при осуществлении торговых отношений с тем, чтобы определить географическое происхождение товаров или услуг. Примечательным в обозначенном определении представляется использование не совсем классической формулировки «указания географического происхождения», которая по смыслу ч. 1 и ч. 2 ст. 127 Закона включает в себя как указания происхождения, так и географические указания, а также четкое обозначение при определении таких указаний возможности распространять действие соответствующего объекта на услуги, а не только на товары.

Понятие географического указания, сформулированное в вышеуказанном законе, шире по своему содержанию, чем понятие, закрепленное в Регламенте ЕС 2012 г., так как первое распространяется не только на сельскохозяйственную продукцию и пищевые товары, а также на промышленные изделия.

Кроме того, согласно статье 99 Закона о товарных знаках и иных обозначениях, географические указания могут быть зарегистрированы в качестве коллективных знаков. Германия, будучи участницей Директивы ЕС 2015/2436 «О сближении законодательств государств-членов в отношении товарных знаков», воспользовалась оговоркой (статья 28 (4), которая позволяет указания и обозначения, используемые в торговом обороте для идентификации географического происхождения товара или услуги,

---

<sup>143</sup> O'Connor Bernard. The Law of Geographical Indications // Cameron May. 2004. P. 203.

охранять с помощью коллективных, гарантийных и сертификационных знаков<sup>144</sup>.

Стоит отметить, что родовые обозначения (которые утратили свое первоначальное значение и используются в качестве названий товаров независимо от места происхождения) охрану в качестве указаний географического происхождения не получают (ч. 2 ст. 126). В обозначенном контексте интерес представляет дело Европейской комиссии против Германии № С-132/05, рассмотренное в Европейском суде 26 февраля 2008 года. Комиссия требовала от германских властей принять меры по предотвращению использования обозначения «Пармезан» в рекламе сыров, которые не удовлетворяют требованиям к специфическим характеристикам охраняемого обозначения «PARMIGIANO REGGIANO». Германия отказалась удовлетворить предъявленные требования, утверждая, что «пармезан» является родовым обозначением для твердых сыров разного происхождения, тертых или предназначенных для терки, которое отличается от защищенного обозначения PARMIGIANO REGGIANO. Европейский суд отказал в удовлетворении жалобы, ссылаясь на то обстоятельство, что соотношение родовых и охраняемых обозначений - это компетенция национальных государственных органов.

В положениях закона также устанавливается прямой запрет на использование указаний географического происхождения в торговых отношениях или отношениях по оказанию услуг, если соответствующий товар или услуга на самом деле не происходят из соответствующего географического региона, если такое использование способно ввести третьих лиц в заблуждение относительно истинного происхождения товара или услуги (ст. 127).

Кроме того, стоит отметить, что закон оперирует и термином наименования места происхождения товара (в контексте положений

---

<sup>144</sup> Текст закона на английском языке см.: EUR-Lex <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32008L0095>> (Дата обращения: 27.05.2018).

нормативных актов ЕС), не определяя его, но допуская возможность регистрации в патентном ведомстве наряду с географическим указанием (ст. 130).

Таким образом, в Германии реализован подход, согласно которому охране подлежат, по сути, географические указания с определением критериев их охраны. Что касается охраны наименований мест происхождения, то в законодательстве Германии лишь допускается возможность регистрации наименований мест происхождения товаров, но не проводится четкого различия режимов охраны. Высока роль конкурентного законодательства в защите географических обозначений.

Таким образом, германское и французское законодательство каждое по-своему, но все же закрепляют охрану различных видов географических обозначений (и географических указаний и наименований мест происхождения товаров), а также содержат административные нормы, регламентирующие порядок истребования охраны географических обозначений.

## **§ 2.2. Правовое регулирование географических обозначений в США и КНР**

Рассмотрение основополагающих подходов к охране географических обозначений представляется неполным, если не учитывать подходы стран англо-саксонской правовой семьи и азиатских представителей континентальной системы права.

Учитывая особенности правовой охраны географических обозначений на национальном и международном уровне, можно выделить системы защиты географических обозначений с точки зрения системы источников права, а также механизма предоставления правовой охраны.

Ввиду обозначенного для уяснения основных подходов к правовой охране различных географических обозначений представляется

целесообразным анализ внутригосударственного регулирования вопросов охраны и использования географических обозначений в крупных правовых системах. За основу такого анализа предлагается взять законодательство США и КНР, как государств, имеющих правовые системы, относящиеся к разным правовым семьям, но в тоже время, реализовавших в целом схожий подход к регулированию географических обозначений, основанный на охране географических обозначений посредством коллективных или сертификационных знаков. Кроме того, как в США, так и в КНР роль географических обозначений в экономике регионов и государства в целом сложно переоценить ввиду огромного производственного потенциала обоих государств и широкой территориальной площади с климатическим разнообразием.

1. В США, действительно, предусмотрена своеобразная система охраны географических указаний. Анализ нормативно-правовых актов США позволяет заключить, что регистрация географических указаний регулируется законодательством о товарных знаках. Охрану географическим указаниям предоставляет закон «О товарных знаках» 1946 г. (так называемый «Акт Лэнхема»).

В законе «О товарных знаках» географические указания не выделяются в качестве особого объекта охраны и не идентифицируются специальным образом, они регистрируются в качестве товарных знаков.

Закон о товарных знаках (§1052(e)(3)) запрещает регистрацию товарных знаков, вводящих в заблуждение в отношении географического месторасположения товаров и услуг<sup>145</sup>. Так, для регистрации географического указания в качестве товарного знака нужно определить в каждом конкретном случае, используется ли название в качестве географического обозначения, не вводит ли оно в заблуждение в отношении

---

<sup>145</sup> Текст документа на английском языке см.: Official Web-site of the United states patent and trademark office <[https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark\\_Statutes.pdf](https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf)> (Дата обращения: 04.08.2017).

географического месторасположения. США не принимали каких-либо нормативно-правовых актов, регулирующих охрану географических указаний в целях приведения национального законодательства в соответствие с положениями соглашения ТРИПС, за исключением раздела 27 Свода федеральных нормативных актов США «Алкоголь, табачные изделия, огнестрельное оружие». США приняли позицию, согласно которой уровень охраны географических указаний, предусмотренной соглашением ТРИПС, уже обеспечивается положениями Закона о товарных знаках США 1946 г. В американской доктрине отмечается, что положения данного закона представляют собой отправную точку охраны географических указаний в США, так как они обеспечивают охрану интересов как потребителей, так и производителей соответствующих товаров<sup>146</sup>. Действительно, положениями закона обеспечивается соблюдение нормы ст. 22 Соглашения ТРИПС об обеспечении средств защиты против введения в заблуждение при использовании географических обозначений. Положения Закона о товарных знаках являются основополагающими, но не единственными в контексте охраны географических указаний. Так, например, антимонопольное законодательство США также предусматривает средства защиты против использования ложных географических указаний (в частности, Акт об учреждении Федеральной торговой комиссии). Кроме того, охрана географических указаний в отношении алкогольных напитков предусмотрена в разделе 27 Свода федеральных нормативных актов США «Алкоголь, табачные изделия, огнестрельное оружие» (§§ 4.24–4.28)<sup>147</sup>.

С учетом того, что географические указания охраняются, прежде всего, Законом о товарных знаках, особый интерес представляют положения раздела В.1.а данного закона, которыми закрепляются основные принципы охраны товарных знаков, носящие общий характер и распространяющиеся на

---

<sup>146</sup> См. об этом: Emily Nation. Geographical indications: the international debate over intellectual property rights for local producers. 2011, p. 970 <[http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final\\_s.pdf](http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final_s.pdf)> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>147</sup> См. об этом: там же, p.970.

охрану географических указаний. Из смысла положений закона следует, что географические указания могут получить охрану, будучи выраженными в сертификационных и коллективных знаках.

В соответствии с § 1054 Закона географические указания регистрируются как сертификационные знаки (certification marks). Сертификационный знак согласно § 1054 Закона представляет собой любое обозначение, наименование, символ, или рисунок, или любое их сочетание. Сертификационные знаки не демонстрируют происхождение товара, а подтверждают определенные стандарты. Таким образом, сертификационный знак используется для подтверждения стандартов в отношении материала, способа изготовления, качества или иных характеристик товаров и услуг. При этом любому лицу, отвечающему установленным требованиям, разрешается использовать этот знак.

В качестве примера использования в США сертификационных знаков в обозначенном контексте, приведем следующий. Комиссия Айдахо по картофельной продукции (Idaho Potato Commission) зарегистрировала сертификационные знаки «Idaho potatoes» и «grown in Idaho». В первом случае географическое указание используется в классическом понимании, в то время как во втором представляется обозначением, указывающим именно способ производства в регионе. В обоих случаях защита данным обозначением предоставляется режимом сертификационных знаков. Таким образом, сертификационный знак выполняет следующие функции:

- информирует потребителя о том, что товар соответствует определенным стандартам качества;
- позволяет производителям, придерживающимся соответствующих стандартов качества, извлекать прибыль из положительной репутации знака.

Комиссия Айдахо по картофельной продукции не использует сертификационный знак как таковой, а предоставляет право пользования сертификационным знаком производителям, упаковщикам и перевозчикам картофельной продукции с тем, чтобы удостоверить тот факт, что продукция

произведена в Айдахо и соответствует стандартам качества, установленным Комиссией Айдахо по картофельной продукции. Аналогичным образом, географическое указание «сыр Пармезан» («Parmigiano-Reggiano») зарегистрировано в США в качестве сертификационного знака, который удостоверяет, что товар, в отношении которого используется данный сертификационный знак, соответствует стандартам. Иными примерами зарегистрированных сертификационных знаков являются: Florida oranges, Washington apples<sup>148</sup>.

Однако, использование в США вышеупомянутого сертификационного знака вызвало не мало противоречий. Как и в ЕС, обозначения, ставшие родовыми, не подпадают под охрану законодательства США. Тем не менее, в вопросе о том, какие обозначения являются родовыми, единый подход отсутствует. К примеру, сыр «Пармезан» является наименованием места происхождения согласно законодательству ЕС. В свою очередь, производители одноименного сыра в США утверждают, что это общее название для определенного типа сыра. Согласно исследованию, проведенному Консорциумом PARMIGIANO REGGIANO использование на товаре таких элементов как итальянский флаг, национальные символы, произведения искусства, вводит потребителей в заблуждение. Проведенный опрос, заключающийся в демонстрации американским потребителям двух различных видов сыров «Пармезан» показал, что сыр, на одной из упаковок которого был изображен итальянский флаг, был отнесен 67 % американских потребителей ошибочно к сыру, произведенному в Италии<sup>149</sup>.

Кроме того, в иностранной литературе отмечается, что подход к защите географических обозначений, выработанный ЕС не поддерживается США, где законодательство о товарных знаках охватывает регламентацию

---

<sup>148</sup> Repas M., Kerestes T. The certification mark as a new EU-wide industrial property right // International Review of Intellectual Property and Competition Law. 2018. № 49 (3), P.309.

<sup>149</sup> См. об этом: Carreño I., Vergano P. R. Geographical Indications, “Food Fraud” and the Fight Against “Italian Sounding” Products // European Journal of Risk Regulation. 2016. P. 418.

географических обозначений<sup>150</sup>. Кроме того, США обеспокоены тем, что ЕС предоставляет приоритет охраны географических обозначений над товарными знаками, препятствуя регистрации товарного знака с более поздним приоритетом. Также США критично относятся к тому обстоятельству, что в ЕС возможно сосуществование географического обозначения с ранее зарегистрированным товарным знаком в случае, если заявка на регистрацию географического обозначения подана добросовестно. В зарубежной доктрине отмечается, что помимо различающихся экономических интересов, дискуссии между ЕС и США также отражают несовместимость в философско-правовых подходах к защите ИС, которые могут иметь значительные последствия для Трансатлантического торгового и инвестиционного партнерства (ТТИП) - Соглашения о свободной торговле между ЕС и США<sup>151</sup>.

В отличие от сертификационного знака, который признается знаком удостоверяющего типа, коллективный знак согласно § 45 (15 U.S.C. § 1127) Закона о товарных знаках используется членами определенного сообщества. Иными словами, географические указания, выраженные в коллективных знаках, удостоверяют место происхождения, но не гарантируют качество, в то время как географические указания, выраженные в сертификационных знаках, гарантируют как происхождение, так и качество. Однако возможность производства товара под определенным географическим указанием, представляющим из себя коллективный знак, также может быть осложнена условиями об определенных свойствах конечного продукта,

---

<sup>150</sup> См. об этом: Blakeney M. Scope of the Intellectual Property Chapter of the Trans-Pacific Partnership Agreement (TPPA) // *International Trade Law & Regulation* 2015 № 21, P. 14-16; См. об этом также: Rangnekar D., Kumar S. Another Look at Basmati: Genericity and the Problems of a Transborder Geographical Indication // *The Journal of World Intellectual Property*. 2010, № 13, P. 202.

<sup>151</sup> Farrand B. Two Continents, Divided by Deep Philosophical Waters? Why Geographical Indications Pose a Challenge to the Completion of the TTIP // *European Journal of Risk Regulation* № 7. 2016. P. 271, 272

предъявляемыми объединением производителей своим членам-правообладателям такого коллективного знака<sup>152</sup>.

Отметим также, что даже если лицо, использующее географическое указание, не может защитить его посредством применения режима сертификационного или коллективного знака, такой пользователь или иное заинтересованное лицо может защитить географическое указание с помощью механизма антимонопольного законодательства, обеспечивающего запрет на такое использование обозначения, которое вводит в заблуждение относительно географического указания.

Еще одним методом защиты прав потребителей, а также конкурентных отношений является охрана географического указания путем оспаривания заинтересованным лицом регистрации вводящего в заблуждение товарного знака, содержащего географическое указание (§ 2 (15 U.S.C. § 1052 (a) закона о Товарных знаках).

Обозначенное правило подтверждается и правоприменительной практикой США. Так, решением Апелляционного суда США по Федеральному округу от 22 мая 2003 г. по делу № 02-1407 CALIFORNIA INNOVATIONS, INC vs PTO канадской компании CALIFORNIA INNOVATIONS было отказано в регистрации товарного знака CALIFORNIA INNOVATIONS и Design (решение Патентного ведомства США было оставлено в силе), т.к. он сходен до степени смешения с уже зарегистрированными обозначениями, а также вводит в заблуждение потребителей относительно географического происхождения автомобильных комплектующих<sup>153</sup>. Кроме того § 43 (15 U.S.C. § 1125) (a) (1) позволяет лицу, чьи права и законные интересы нарушены, установить факт

---

<sup>152</sup> См. об этом: Benavente Daniela. The Economics of Geographical Indications // Graduate Institute Publications, 2013 <[https://books.google.ru/books?id=\\_M-7DQAAQBAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz\\_68DYAhXKBiwKHXbSDWY4ChDoAQhnMAk](https://books.google.ru/books?id=_M-7DQAAQBAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz_68DYAhXKBiwKHXbSDWY4ChDoAQhnMAk)> (Дата обращения – 13.02.2018); Calboli Irene. Wee Loon Ng-Loy. Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and culture. Cambridge university press. 2017. P. 339

<sup>153</sup> См. об этом: <<https://openjurist.org/329/f3d/1334/in-re-california-innovations-inc>> (Дата обращения: 09.02.2018).

недобросовестного использования в коммерческом обороте обозначения, вводящего в заблуждение относительно географического происхождения товаров и услуг.

Согласно § 45 (Sec. 5) (a) (2) Акта об учреждении Федеральной торговой комиссии, Федеральная торговая комиссия наделена полномочиями по пресечению недобросовестных способов конкуренции и действий, затрагивающих сферу торговли, в частности, использования вводящих в заблуждение обозначений в области торговли<sup>154</sup>.

Кроме того, в США реализованы дополнительные к охране географических обозначений правила об использовании термины ферма «farm» и деревня «country»<sup>155</sup>, которые допускается использовать лишь в том случае, если продукты действительно изготовлены на ферме или в деревне. Если же они изготовлены способом, используемым на ферме или в деревне, следует указывать формулировку «деревенским/фермерским способом».

Обозначенные положения нормативно-правовых актов США свидетельствуют и о том, что в американском законодательстве реализованы стандарты охраны географических обозначений, предусмотренные ст. 22 Соглашения ТРИПС.

Одним из показательных примеров охраны географического обозначения в США является охрана продукции из долины Напа в штате Калифорния. Важнейшую роль в обозначенном контексте играет Ассоциация виноделов долины Напа – некоммерческая организация, целью создания которой является охрана географического обозначения «Napa Valley» (регион выращивания винограда в долине реки Напа, округ Напа, штат Калифорния).

---

<sup>154</sup> Текст документа на английском языке см.: Official Web-site of the Federal trade commission protecting America's consumers <[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc\\_act\\_incorporatingus\\_safe\\_web\\_act.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/statutes/federal-trade-commission-act/ftc_act_incorporatingus_safe_web_act.pdf)> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>155</sup> См. об этом: Echols Marsha A. Geographical Indications for Food Products: international legal and regulatory perspectives // Wolters Kluwer. 2008. P. 18.

В 2000 г. был принят закон Калифорнии SB25241, запрещающий использование географического обозначения Napa Valley на этикетке вина, если доля винограда из долины Напа составляла менее 75%<sup>156</sup>.

Некоторое время спустя Bronco Wine Company, которая производила вино из винограда, выращенного за пределами Напы, используя при этом географическое обозначение с наименованием «Napa Valley», обратилась с иском в суд, оспаривая принятый нормативно-правовой акт.

Решением Верховного суда Калифорнии принятый нормативно-правовой акт был оставлен в силе. Верховный суд США в качестве апелляционной инстанции поддержал данное решение.

Ассоциация виноделов долины Напа после длительного судебного разбирательства отстаивала данное право.

Таким образом, вышеуказанный закон действует и требует использования географического обозначения Napa Valley только при условии содержания доли винограда из Долины Напа - 75 %.

Кроме того, долина Напа является первым регионом производства вина за пределами стран членов Европейского союза, получившим охрану в качестве географического обозначения. Отметим, что для США, также, как и для ЕС, крайне важным является охрана своих географических обозначений за рубежом. Данное обстоятельство привело к тому, что между США и ЕС в ходе начатых в 2013 г. переговоров в рамках Трансатлантического торгового и инвестиционного партнерства (Transatlantic Trade and Investment Partnership), - планируемого соглашения о свободной торговле между Европейским Союзом и США, отдельно обсуждается необходимость взаимного признания географических обозначений обеих сторон переговоров, несмотря на различия в режимах охраны<sup>157</sup>. В то же время,

---

<sup>156</sup> См. об этом: Paul Franson: how 40 years of Agricultural preservation transformed Napa Valley; <[https://napavintners.com/downloads/Napa\\_Ag\\_Preserve\\_Essay.pdf](https://napavintners.com/downloads/Napa_Ag_Preserve_Essay.pdf)>. (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>157</sup> См. об этом: Arfini Filippo, Mancini Maria Cecilia, Veneziani Mario. Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP. // Cambridge Scholars

США открыто выступает против отдельных соглашений по охране географических обозначений в отношениях ЕС с соседними с США странами (например, Канадой, в рамках Соглашения Канады и ЕС<sup>158</sup> - Comprehensive Economic and Trade Agreement) в пользу детальной проработки таких положений в рамках НАФТА (Североамериканского соглашения о свободной торговле). Обозначенное свидетельствует о том, что США, хоть и проводит противоречивую политику в сфере охраны географических обозначений за рубежом, в то же время уделяют серьезное внимание проработке положений по охране американских географических обозначений за рубежом.

2. Что касается регулирования географических обозначений в Китайской народной республике, то следует отметить, что такое регулирование во многом схоже с системой регулирования в США, но имеет свою специфику.

Китайская экономика воспринимается международным сообществом как имеющая трудности с контролем качества продукции в области сельского хозяйства, что, в свою очередь, в совокупности с различающимися подходами к географическим обозначениям осложняет по мнению некоторых зарубежных ученых взаимодействие с Китаем в сфере охраны географических обозначений<sup>159</sup>. С обозначенной позицией в настоящее время сложно согласиться ввиду того, что в КНР действует довольно четкое

---

Publishing. 2016. P.8. Кроме того, у ЕС уже есть опыт подобных переговоров в рамках подготовки Соглашения об экономическом партнерстве с Восточноафриканским сообществом См. об этом: Kennedy Makafu. Protection of Geographical indication: to be or not to be in the EPA between the EAC and EU // VDM Publishing. 2011.

<<https://books.google.ru/books?id=e54XYAAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj887zq-MDYAhVKBiwKHZT8B3Q4FBD0AQg9MAQ>> (Дата обращения – 13.02.2018).

<sup>158</sup> См. об этом: Viju Crina, May T. Yeung, Kerr W. A. Geographical Indications, Barriers to Market Access and Preferential trade agreement. 2012.

<[https://www.researchgate.net/publication/238596562\\_Geographical\\_Indications\\_Barriers\\_to\\_Market\\_Access\\_and\\_Preferential\\_Trade\\_Agreements](https://www.researchgate.net/publication/238596562_Geographical_Indications_Barriers_to_Market_Access_and_Preferential_Trade_Agreements)> (Дата обращения – 13.02.2018)

<sup>159</sup> Augustin-Jean L., Ilbert H., Saavedra-Rivano N. Geographical Indications and International Agricultural Trade. The challenge for Asia, 2012

<[https://books.google.ru/books?id=WljSmkOcn9IC&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz\\_68DYAhXKBiwKHxbsDWY4ChDoAQg-MAM#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=WljSmkOcn9IC&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz_68DYAhXKBiwKHxbsDWY4ChDoAQg-MAM#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения: 11.02.2018).

законодательство в сфере охраны географических обозначений и сложилась благоприятная правоприменительная практика по защите китайских и иностранных географических обозначений, о чем речь пойдет ниже.

Законодательство КНР оперирует термином географическое указание. Положения об охране географических указаний содержатся в различных нормативно-правовых актах. В то же время, рассматриваемый объект интеллектуальной собственности охраняется в КНР, прежде всего, в соответствии с Законом о товарных знаках, принятым Постоянным Комитетом Всекитайского собрания народных представителей от 23.08.1982 г.<sup>160</sup>, а также Положением об охране географических указаний от 16.05.2005 г.<sup>161</sup>, утвержденным Главным управлением по контролю за качеством и карантину и носящим административный характер (устанавливающим порядок регистрации соответствующих обозначений), а также Административными мерами по регулированию географических указаний в отношении сельскохозяйственной продукции, утвержденными Приказом Министерства сельского хозяйства КНР № 11 от 25.12.2007 г.<sup>162</sup>.

Государственными органами, осуществляющими контроль и надзор в сфере правовой охраны и использования географических указаний в соответствии с вышеуказанными актами, являются Ведомство по товарным знакам Государственного управления по промышленности и коммерции КНР (Trademark Office of the SAIC), Главное управление по контролю за качеством и карантину (AQSIQ) и Министерство сельского хозяйства Китая (MOA).

---

<sup>160</sup> Текст закона на английском языке см.: Official Web-site of the WIPO. Trademark Law of the People's Republic of China <[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=131395](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=131395)> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>161</sup> Текст документа на английском языке см.: Official Web-site of the WIPO. Provisions for the Protection of Products of Geographical Indication. <<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/cn/cn041en.pdf>> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>162</sup> Текст документа на английском языке см.: Official Web-site of the WIPO. Measures for the Administration of Geographical Indications of Agricultural Products. <<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/cn/cn121en.pdf>> (Дата обращения: 04.08.2017).

При первичном анализе Закона о товарных знаках КНР можно сделать вывод о том, что географическое указание не имеет самостоятельного режима охраны. Определение географического указания дано в ст. 16 Закона в контексте недопустимости регистрации товарного знака, содержащего ложные указания происхождения товаров и возможности использования географического указания в качестве разновидности товарного знака. Так, согласно ст. 16 Закона о товарных знаках географическое указание представляет собой обозначение товара, особые свойства, репутация или иные характеристики которого, в первую очередь, обусловлены природным или человеческим фактором соответствующего региона. Обозначенное определение представляется вполне классическим в международно-правовом смысле. В то же время в соответствии с положениями рассматриваемого Закона, географическим указаниям предоставляется охрана в качестве коллективных или сертификационных знаков (абз. 3 ст. 3, абз. 9 статьи 10 Закона о товарных знаках), которые являются видами регистрируемых товарных знаков наряду с непосредственно товарным знаком и знаком обслуживания (абз. 1 ст. 3).

Коллективный товарный знак представляет собой зарегистрированный товарный знак, используемый группой лиц, ассоциациями или иными организациями, входящими в сообщество для индивидуализации товаров такого сообщества и указания на членство в таком сообществе (абз. 2 ст. 3). Возможность использования географического указания в качестве коллективного товарного знака обусловлена, на наш взгляд, общим подходом к регулированию охраны географического указания положениями Закона о товарных знаках.

В соответствии с абз. 3 ст.3 Закона сертификационный товарный знак (certification trademark) является знаком, который регистрируется органом государственной власти, компетентным в области надзора за качеством определенных товаров или услуг, и используется организациями или физическими лицами для обозначения производимых товаров или

оказываемых услуг в целях указания на место происхождения, используемое сырье, способ производства, качество и иные характеристики соответствующих товаров и услуг. Таким образом, посредством сертификационного товарного знака, который, по сути, представляет собой знак качества в узком смысле слова, допускается обозначение места происхождения товара. В обозначенном контексте географическое указание, не получив в Законе о товарных знаках КНР самостоятельного режима охраны, в качестве сертификационного товарного знака представляет собой обозначение, имеющее четкую связь с качеством товара и указывающее на его географическое происхождение, что, в свою очередь, на наш взгляд, представляется допустимым подходом и позволяет судить о восприятии китайским законодательством принципов охраны географических указаний и наименований мест происхождения товаров, вытекающих из международно-правовых договоров (Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г., в котором КНР не участвует, Соглашение о торговых аспектах прав на интеллектуальную собственность 1994 г., в котором КНР участвует, являясь членом ВТО с 2001 г.).

В КНР регулирование географического указания Законом о товарных знаках не является исчерпывающим. Охрана географических указаний также предусматривается и на уровне подзаконных актов. В частности, в упомянутом выше Положении об охране географических указаний содержится четкое определение географического указания, закрепляется порядок подачи заявки на регистрацию рассматриваемого объекта и сама процедура регистрации, формулируются нормативные основы деятельности Главного управления по контролю за качеством и карантину.

В определении географического указания, закрепленном в Положении об охране географических указаний используется термин «товар» (the product of geographical indication), что вызывает особый интерес в контексте доктринального разграничения понятий географическое указание и

наименование места происхождения товара. Так, в соответствии со ст. 2 Положения об охране географических указаний, географическое указание товара служит для идентификации товара, происходящего из определенного региона и обладающего качествами, репутацией и иными характеристиками, обусловленными природными или людскими факторами региона, содержащее название данного региона и зарегистрированное в установленном порядке. Такие товары включают в себя продукцию, произведенную на территории конкретного региона, а также продукцию, частично полученную из сырья данного региона и изготовленную по специальной технологии в конкретном регионе.

Положение также допускает установление стандартов охраны географических указаний на уровне провинций (ст. 18).

Особый интерес представляет положение документа о том, что различные органы государственной власти на уровне провинций, в частности, орган по контролю качества продукции, орган по техническому надзору, органы, компетентные по установлению карантина, обеспечивают охрану зарегистрированного географического указания, а также проводят расследования по случаям незаконного использования географического указания, нарушения требований к качеству товаров, индивидуализируемых географическим указанием, использования сходных до степени смешения и вводящих в заблуждение обозначений и др.

В иностранной литературе отмечается, что особенностью китайского подхода к регулированию географических обозначений представляется то обстоятельство, что важную роль в такой регламентации играют административные органы.<sup>163</sup>

В компетенцию Главного управления по контролю за качеством и карантину входит также регистрация иностранных географических указаний (ст. 26 Положения). Иными словами, вышеуказанный орган предоставляет

---

<sup>163</sup> См. об этом: Zhang L., Bruun N.. Legal transplantation of intellectual property rights in China: resistance, adaptation and reconciliation // International Review of Intellectual Property and Competition Law . 2017, № 48 (1) P. 20

защиту иностранному географическому указанию, в том случае, если страна происхождения предоставляет такую же защиту китайским географическим указаниям, а также в случае если имеется двустороннее соглашение, заключенное КНР и страной происхождения<sup>164</sup>.

Несмотря на следование принципу взаимности, что является прогрессивным началом, в иностранной доктрине отмечается, что по состоянию на 2010 год в КНР только такие географические указания как "шотландский виски" и "французский коньяк" получили защиту в качестве географических указаний.

В то же время, анализ судебной практики КНР показывает, что в КНР возможна охрана географических обозначений, не зарегистрированных в стране. Так, 10 февраля 2015 г. Народный суд Пекина № 1 принял решение, согласно которому географические указания «Champagne» и «香槟» («Шампанское» на китайском языке) должны быть защищены, несмотря на то, что они не были зарегистрированы в Китае на момент рассмотрения дела<sup>165</sup>. Истцом выступал Межпрофессиональный комитет производителей шампанских и вин (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne), - один из первых винных комитетов (с государственным и частным участием), созданных во Франции в 1941 г. Комитет установил строгие правила, согласно которым только шампанские вина, произведенные в регионе Шампань во Франции с использованием определенных видов винограда и в соответствии с определенным процессом, имеют право называться «шампанское». В 2011 году Комитет обнаружил, что компания Beijing Sheng Yan Yi Mei Trading Co Ltd продавала безалкогольные напитки под названиями «香槟» и «Champagne». Китайскому суду потребовалось

---

<sup>164</sup> См. Об этом: Jiang Ying. Protecting Foreign Geographic Indications in China. By King & Wood's Trademark Group. 2012 <<http://www.chinalawinsight.com/2012/01/articles/intellectual-property/protecting-foreign-geographic-indications-in-china/>> (Дата обращения: 04.08.2017)

<sup>165</sup> См. об этом: < <http://www.internationallawoffice.com/Newsletters/Intellectual-Property/China/Wan-Hui-Da-Law-Firm-Intellectual-Property-Agency/CIVC-prevents-soft-drinks-producer-from-using-Champagne-name>> (Дата обращения: 09.02.2018).

практически 4 года, чтобы рассмотреть дело и вынести довольно интересное решение. Суд постановил, что, хотя «Шампанское» не было зарегистрировано в качестве товарного знака в Китае в момент подачи дела, соответствующие административные органы уже установили, что обозначение «Шампанское» не является общим названием алкогольного напитка и должно быть защищено как географическое указание. Кроме того, суд учел то обстоятельство, что «шампанское» получило высокую популярность в Китае, и, что потребители ассоциируют это слово с географическим указанием, определяющим игристые вина, происходящие из французского региона Шампань. Суд также отметил, что после присоединения к Всемирной торговой организации и присоединения к Соглашению по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности Китай обязался обеспечить юридическую защиту географических указаний. Поэтому суд постановил, что получение регистрации товарного знака в качестве коллективного или сертификационного знака в Китае не является предварительным условием правовой защиты. На наш взгляд, рассмотренное решение китайского суда свидетельствует все же о гибкой системе охраны географических обозначений в КНР, несмотря на то, что формально юридически такие решения выглядят не совсем корректными с точки зрения установленных в нормативно-правовых актах режимов охраны географических обозначений. Отступление от требования регистрации географического обозначения представляется мерой скорее политической и экономической в контексте членства КНР в ВТО и демонстрирует ориентированность китайских властей на всемирную торговую интеграцию и поддержку зарубежных производителей продукции, маркированной географическими обозначениями.

Учитывая специфику такого объекта интеллектуальной собственности, как географическое указание, и его широкое использование в отношении сельскохозяйственной продукции, в КНР охране географических указаний в данной области посвящен отдельный документ, обозначенный выше - Меры

по регулированию географических указаний в отношении сельскохозяйственной продукции (далее – Меры).

В соответствии со ст. 2 Мер географическое указание сельскохозяйственной продукции считается обозначением, содержащим наименование географического объекта и направленным на идентификацию продукта, происходящего из определенного региона, качество и главные характеристики которого обусловлены как природной и экологической средой, так и культурными и историческими факторами данного региона. При этом под сельскохозяйственной продукцией понимается сырье, полученное при осуществлении сельского хозяйства, а именно продукты растительного, животного происхождения, а также продукция, полученная в результате сельскохозяйственной деятельности.

Мерами также определен порядок регистрации географических указаний в отношении сельскохозяйственной продукции, в частности, порядок подачи заявления. Регистрация таких объектов происходит в Министерстве сельского хозяйства.

Таким образом, на географические указания в КНР распространяются различные правовые режимы, в зависимости от органа, в котором они зарегистрированы<sup>166</sup>.

Следует отметить, что первым географическим указанием, зарегистрированным в КНР для иностранного винодельческого региона, является наименование «Napa Valley», о котором говорилось ранее в контексте предоставления охраны в США.<sup>167</sup> В феврале 2005 г. Ассоциация виноделов долины Напа подала заявку в Ведомство по товарным знакам на регистрацию сертификационного знака «Napa Valley 100%», а также

---

<sup>166</sup> См. об этом также: Е.В. Буробина Некоторые аспекты гражданско-правовой защиты прав на средства индивидуализации по законодательству Китая // "Журнал Суда по интеллектуальным правам". Март 2014 г. № 3, с. 42-47 <<http://ipcmagazine.ru/trademark-law/some-aspects-of-civil-law-protection-of-the-rights-of-identification-under-the-laws-of-china>> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>167</sup> См. об этом: Napa Valley trademark wins legal battle <<http://english.ipraction.gov.cn/article/News/MediaReport/201609/20160900108448.shtml>>. (Дата обращения: 04.08.2017).

логотипа. Правовая охрана испрашивалась для региона выращивания винограда (долина реки Напа, округ Напа, штат Калифорния) и места производства вина (в пределах штата Калифорния). В 2007 г. сертификационный знак был зарегистрирован в КНР в целях идентификации вин из долины Напа, Калифорния, США на срок – 10 лет (до 2017 г.). Для использования географического указания Napa Valley вино должно быть произведено на территории Калифорнии из винограда, выращенного в долине Напа, при этом доля винограда из долины Напа должна составлять не менее 75%.

В мае 2005 г. китайская компания в городе Ханчжоу, провинция Чжэцзян подала заявку на регистрацию товарного знака с наименованием "Screw Карра Напа" для вин.

Ассоциация виноделов долины Напа подала возражение на регистрацию вышеуказанного товарного знака, утверждая, что «Напа» является основной частью наименования, идентифицирующего место происхождения вина, тем самым товарный знак китайской компании вводит в заблуждение потребителей относительно места его производства. В июне 2013 г. Ведомство по товарным знакам отклонило данное возражение и заявило, что спорный товарный знак имеет очевидное различие от географического указания с точки зрения произношения, внешнего вида и сочетания слов.

В 2014 г. Ассоциация виноделов долины Напа обжаловала решение Ведомства по товарным знакам в Посреднический народный суд Пекина, который пришел к выводу, что спорный товарный знак не схож с географическим указанием и не вводит в заблуждение потребителей. Однако вышестоящий суд, действовавший в качестве апелляционной инстанции, принял решение, что несмотря на то, что спорный товарный знак содержит лишь одно слово, используемое в географическом указании "Napa Valley", слово «Напа» является наиболее значительной частью в наименовании и указывает на происхождение и, вполне вероятно, что заявитель, прочитав на

этикетке «Nара», будет ассоциировать его с продуктом из долины Напа в США.

Так, практика рассмотрения дел, касающихся защиты географических обозначений в КНР на данном примере показывает, что спорный товарный знак может ввести в заблуждение потребителя даже в том случае, если он не совпадает полностью с ранее зарегистрированным знаком. Предпосылкой введения в заблуждение является то, что географическое обозначение имеет широкую известность и в результате этого потребитель ошибочно ассоциирует спорный товарный знак с местом происхождения обозначения.

Таким образом, проведенный анализ законодательства США и КНР в сфере регулирования и охраны географических обозначений позволяет сделать вывод о наличии общего подхода в рассматриваемых странах к охране географических обозначений не в качестве самостоятельного объекта охраны и средства индивидуализации, а с использованием общих режимов охраны товарных, сертификационных и коллективных знаков. Однако законодательство КНР в сфере охраны географических обозначений представляется более детализированным, поскольку реализован специальный режим охраны географического обозначения в качестве непосредственно географического указания, как вида товарного знака. Кроме того, в законодательстве КНР содержатся специальные административные правила регистрации именно географических указаний, реализована терминологическая самостоятельность географических указаний для целей регистрационных процедур, имеются специальные компетентные органы государственной власти в сфере регистрации и охраны географического указания, что свидетельствует о важной роли государственного регулирования в рассматриваемой сфере правоотношений. Кроме того, на подзаконном уровне в КНР регламентируется охрана географических указаний в сфере сельскохозяйственной продукции.

Нормативно-правовой и правоприменительный подход в США, в свою очередь, базируется исключительно на использовании правовых режимов

охраны товарных знаков для охраны географических указаний. Особую роль в администрировании и развитии системы охраны географических указаний играет корпоративное сообщество в лице Ассоциаций производителей определенных товаров.

В то же время, именно сертификационные знаки представляются наиболее оптимальным средством индивидуализации, опосредующим связь особых свойств товара с географическим местом его происхождения. В свою очередь, в коллективных знаках условия о качестве товара не являются столь четко выраженными, а за основу берется возможность использования сообществом общего знака на равных условиях.

Таким образом, анализ законодательства зарубежных стран, в частности США и КНР, позволяет сделать вывод о возможности использования сертификационного знака в качестве географического обозначения. Целесообразным в обозначенном контексте представляется расширение перечня средств индивидуализации, используемых в качестве географических обозначений. Использование режима сертификационного знака в отношении товаров, связанных с тем или иным географическим регионом, действительно, является логичным при реализации возможности регистрации разными лицами одного географического обозначения применительно к товарам, обладающим едиными характеристиками их качества. В то же время, режим сертификационного знака (или аналогичный ему) представляется возможным использовать и в целях преодоления проблем правовой охраны отдельных категорий индивидуализирующих товары обозначений, в частности, таких как т.н. советские товарные знаки (по существу, обозначения товаров с единой рецептурой). В этом случае единые правомочия использования сертификационного знака для всех изготовителей соответствующих товаров могут устанавливаться единым (коллективным) режимом с общей регистрацией в каждой стране, где испрашивается охрана.

### **§ 2.3. Проблемы правовой охраны географических обозначений в России, в евразийском регионе и на постсоветском пространстве**

1. Говоря об охране географических обозначений в России, отметим, что российское законодательство оперирует лишь термином наименование места происхождения товара<sup>168</sup>.

В то же время в подзаконных нормативно-правовых актах Российской Федерации можно встретить и термин «географические указания». Так, например, в названии Приказа Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 27 октября 2016 г. N 472 «Об утверждении порядка заполнения декларации об объеме собранного винограда для производства винодельческой продукции, декларации об объеме винограда, использованного для производства вина, игристого вина (шампанского), и декларации об объеме винограда, использованного для производства винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, с защищенным наименованием места происхождения и полного цикла производства дистиллятов» фигурирует формулировка «защищенное географическое указание». Еще одним примером акта, где уже в названии используется термин «географические указания» служит Межгосударственный стандарт ГОСТ 32715-2014 «Вина ликерные, вина ликерные с защищенным географическим указанием, вина ликерные с защищенным наименованием места происхождения. Общие технические условия»<sup>169</sup>. Ввиду закрепления в ГК РФ единственного «специального» режима охраны географических обозначений посредством

---

<sup>168</sup> 13.07.2018 г. в Государственную думу РФ был внесен на рассмотрение проект Федерального закона «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» № 509994-7, в котором закрепляются изменения, прежде всего, параграфа 3 главы 76 ГК РФ, дополняющие его положениями об охране географических указаний наряду с наименованиями места происхождения товара. См. законопроект и все относящиеся к нему документы на странице законопроекта на сайте системы обеспечения законодательной деятельности <<http://sozd.parliament.gov.ru/bill/509994-7>> (Дата обращения: 13.08.2018).

<sup>169</sup> Стандарт введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 июля 2014 г. N 835-ст.

зарегистрированного наименования мест происхождения товара такая формулировка еще и с учетом контекста документа не позволяет судить об охране в России географических указаний, а лишь свидетельствует о признании зарубежных механизмов охраны географических обозначений в контексте международного оборота винодельческой продукции. Однако стоит отметить, что в настоящее время Советом по вопросам интеллектуальной собственности при Совете Федерации Федерального собрания РФ было предложено возможное введение понятия «географическое указание» в ГК РФ<sup>170</sup>, реализованное позднее в вышеупомянутом законопроекте на основе положений Женевского акта Лиссабонского соглашения, что отражает гармонизационную направленность деятельности российских законодательных органов в рассматриваемой сфере.<sup>171</sup>

Новая редакция ст. 1516 ГК РФ содержит определение двух самостоятельных объектов интеллектуальной собственности – наименования места происхождения товара и географического указания. При этом разграничение вышеуказанных понятий проводится через признак стадийности производства. Отметим, что в законопроекте закрепляется, по сути, модель правового регулирования географических обозначений, реализованная в ЕС. Согласно п.10 ст. 1 законопроекта, в том случае, если на территории определенного географического объекта осуществлялись все стадии производства товара, влияющие на формирование особых свойств товара – речь идет о наименовании места происхождения товара. В свою очередь, для регистрации обозначения в качестве географического указания достаточно осуществления, по меньшей мере, одной из стадий производства товара, влияющей на формирование его качества, репутации или иных

---

<sup>170</sup> См. об этом: <<http://www.council.gov.ru/events/news/87553/>> (Дата обращения: 04.08.2018).

<sup>171</sup> Пояснительная записка к проекту Федерального закона «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» <<http://sozd.parliament.gov.ru/bill/509994-7>> (Дата обращения: 13.08.2018).

характеристик. Определение наименования места происхождения товара дополнено положением о том, что на территории искомого географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, влияющие на формирование его особых свойств. Таким образом, в законопроекте, на первый взгляд предложена модель правового регулирования географических обозначений, согласно которой наименование места происхождения является видом географического указания, а также реализована репутационная составляющая географического указания, что отражает основные тенденции разграничения географических указаний и наименований мест происхождения, реализованные как на международном (Женевский акт), так и региональном уровне (законодательство ЕС). В то же время, реализовано четкое правило, согласно которому не может быть предоставлена правовая охрана в качестве географического указания обозначению, ранее зарегистрированному в качестве наименования места происхождения товара в отношении товара того же вида, и наоборот. Т.е. закрепляется самостоятельный характер рассматриваемых обозначений.

Кроме того, обращает на себя внимание еще один особый дифференцирующий признак. Так, при указаниях на возможные различия в стадиях производства, законопроект дифференцирует факторы влияния стадий производства. Отмечается, что в случае с географическим указанием, хотя бы одна стадия производства должна влиять на формирование качества, репутации или иных характеристик товара. В случае с наименованием места происхождения товара, все стадии производства должны влиять на формирование его особых свойств. Таким образом, возможно предположить, что российский законодатель под иными характеристиками понимает, в том числе, особые свойства товара. При этом, термины качество и свойства товара, для целей их четкой дифференциации при дифференциации географического указания и наименования места происхождения нуждаются все же в толковании.

Законопроект также закрепляет право объединения лиц регистрировать наименования места происхождения товара и географические указания. Т.е. вводится новый субъект исключительных прав на географические обозначения. Законопроект, таким образом, по сути, расширяет субъектный состав лиц, правомочных регистрировать данные средства индивидуализации и предоставляет возможность выступать в качестве заявителя при государственной регистрации географических указаний и наименований мест происхождения товара производителям сырья, производителям конечного продукта, лицам, обеспечивающие хранение, перевозку и распространение товара, маркированного соответствующим обозначением. В пояснительной записке к Законопроекту указано, что особые свойства товара зависят от деятельности всех вышеуказанных лиц, входящих в ассоциацию. Обозначенная позиция в целом представляется прогрессивной и учитывающий зарубежный опыт регулирования соответствующих отношений ввиду упорядочивания через деятельность объединений всех лиц, непосредственно связанных с производством товаров, происходящих из определенного географического объекта. В то же время, нецелесообразным представляется закрепление предложенной возможности регистрации или получения права использования на то или иное географическое обозначение лицами, не осуществляющими непосредственно производство сырья, конечного продукта (перевозчики, организации, обеспечивающие хранение, перевозку и распространение товара). Такие, косвенно связанные с производством товара, маркированного географическим обозначением, лица не должны быть правообладателями, так как не несут ответственности за качество, репутацию, особые свойства и иные характеристики товара.

Таким образом, рассмотренный законопроект содержит интересные и важные новации российского законодательства в сфере охраны географических обозначений. Закрепление режима охраны географических указаний наряду с наименованиями мест происхождения товаров представляется мерой прогрессивной в сложившихся условиях мировой

практики охраны географических обозначений. Кроме того, в России созрела необходимость охраны географических указаний (посредством отдельного режима охраны) ввиду их широкого распространения и использования в отношении товаров, происходящих из ряда иностранных государств, где географическим указаниям предоставляется самостоятельная охрана. Регламентация географических указаний в российском законодательстве необходима также в контексте членства РФ в ВТО, так как ТРИПС апеллирует именно термином географические указания.

В то же время, законопроект не отменяет и не модернизирует общие положения охраны наименований мест происхождения товаров (относящие по законопроекту и к географическим указаниям), которые являются предметом положений настоящего исследования, выносимых на защиту (положения ч. 2 ст. 1516 ГК РФ, допускающие существование родовых обозначений, препятствующих охране наименований мест происхождения товаров; положения, предусмотренные п. 1 ст. 1518 ГК РФ, допускающие возможность регистрации наименований мест происхождения товара физическими лицами (гражданами), не осуществляющими предпринимательскую деятельность; положения абз. 2 п. 2 ст. 1535 ГК РФ, о возможности оспаривания и признания недействительным предоставления охраны наименованиям мест происхождения товаров при наличии товарного знака, имеющего более ранний приоритет), что не позволяет считать законопроект в достаточной степени эффективным. Что касается правовой защиты наименований мест происхождения товаров в России, то стоит отметить, что таковая имеет своей целью усиление заинтересованности производителей в поддержании высокого качества и сохранении особых свойств производимых ими товаров, обеспечении интересов потребителей, повышении конкурентоспособности отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках.<sup>172</sup>

---

<sup>172</sup> Цит. по: Еременко В.И. О правовой охране наименований мест происхождения товаров в России // «Законодательство и экономика», № 5, май 2012 г. СПС Гарант

Впервые в России правовая охрана наименований мест происхождения товаров была введена в 1992 г. на основании Закона РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров". Однако с введением в действие части четвертой ГК РФ с 1 января 2008 г. правовая охрана наименований мест происхождения товаров осуществляется на основании общих положений главы 69 и положений §3 "Право на наименование места происхождения товара" главы 76 ГК РФ.

По состоянию на конец 2016 г. общее количество зарегистрированных в России НМПТ составляет 163 наименования, в то время как количество зарегистрированных товарных знаков достигает 486 195<sup>173</sup>.

Понятие наименования места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, раскрывается в абз. 1 п. 1 ст. 1516 ГК РФ: обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, чьи особые свойства исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.

В абз.2 п.1 статьи 1516 ГК РФ указано, что положения данной статьи применяются к обозначению, которое позволяет идентифицировать товар как происходящий с территории определенного географического объекта и, хотя не содержит наименования этого объекта, стало известным в результате использования данного обозначения в отношении товара, особые свойства которого отвечают требованиям, указанным в абзаце первом настоящего пункта.

---

<sup>173</sup> Информация, опубликованная на сайте Федеральной службы интеллектуальной собственности (Роспатент) <[http://www.rupto.ru/about/reports/2016/otchet\\_2016\\_ru.pdf](http://www.rupto.ru/about/reports/2016/otchet_2016_ru.pdf)> (Дата обращения: 04.08.2017).

Стоит отметить, что данные положения ориентированы преимущественно на иностранные наименования. Так, например, в России зарегистрировано наименование места происхождения товара «PROSECCO» (Номер государственной регистрации: 154, дата государственной регистрации: 25.11.2015). При этом в качестве географических объектов происхождения в описании наименования указаны следующие провинции Италии: Тревизо, Виченца, Падуя, Беллуно, Венеция, Триест, Гориция, Порденоне, Удине. В то же время, Просекко – это бывшее название деревни на востоке Италии, сейчас пригород Триэст – одной из указанных провинций. Данный пример демонстрирует, что даже при отсутствии указания в наименовании на географический объект, само наименование ассоциируется с конкретными географическими объектами, имеющими схожие климатические условия и традиции производства винной продукции.

Как отмечалось выше, данное положение было введено Федеральным законом «О внесении изменений в часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации» от 4 октября 2010 г. №259-ФЗ в связи со вступлением России в ВТО и присоединением к обязательным Соглашениям ВТО, в том числе, ТРИПС.

Из вышеуказанного положения следует, что целью его формулирования является расширение распространения режима охраны НМПТ на иные объекты, не содержащие в своем названии наименования географического объекта. В то же время, формулировки положений абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ не позволяют судить о том, что в российском законодательстве охрана наименований мест происхождения товара распространяется и на географические указания, ввиду того, что в абз. 1 и абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ не дифференцируется объем взаимосвязи особых свойств товара с природными и (или) людскими факторами соответствующего географического объекта, не различается совокупность этапов производства в том или ином регионе происхождения. Такое расширение охраны географических обозначений, а именно дополнение

положений ГК РФ нормами о географических указаниях, представляется целесообразным в условиях сохраняющегося на международном уровне дуализма подходов к охране географических обозначений и в целях преодоления проблем их охраны при реализации международных отношений, а также необходимым ввиду участия РФ в Соглашении ТРИПС и Соглашении «О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний».

Кроме того, из абз. 2 п. 1 ст. 1516 ГК РФ следует, что использование НМПТ допускается лишь в отношении товаров. В обозначенном контексте в российской доктрине отмечается, что в отличие от другого средства индивидуализации - товарного знака, наименование места происхождения товара не применяется в отношении выполняемых работ или оказываемых услуг<sup>174</sup>.

Российское определение наименования места происхождения товара предусматривает три группы товаров с зарегистрированными НМПТ:

- товары, особые свойства которых исключительно или главным образом определяются характерными для географического объекта природными условиями (в литературе приводятся примеры минеральных вод и природных минералов, например, мраморы);

- товары, особые свойства которых определяются природными условиями в сочетании с людскими факторами (алкогольная продукция, продукты питания, художественные керамические изделия, художественное чугунное литье, предметы одежды);

- товары, особые свойства которых определяются только человеческими факторами (художественные изделия, производимые сложившимися коллективами людей на основе многолетнего опыта и производственных традиций, передаваемых из поколения в поколение (художественная роспись, резьба бытовых предметов, вязаные и вышивные

---

<sup>174</sup> Трахтенгерц Л.А. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части четвертой): в 2 т. постатейный, том 2, 2-е издание, Горленко С.А., Калятин В.О., Кирий Л.Л. и др. Отв. ред. Трахтенгерц Л.А. ИНФРА-М, 2016. СПС КонсультантПлюс.

изделия, художественные изделия из металлов, игрушки, музыкальные инструменты).

Например, в России действует наименование места происхождения товара – «коломенская пастила» (номер государственной регистрации: 165. дата государственной регистрации: 05.05.2017). На сайте музея коломенской пастилы<sup>175</sup> указывается, что «В Коломне, исстари славившейся царскими и архиерейскими яблоневыми садами, придумали свою особенную пастилу. Говорили тогда, - «пастила коломенская, белопенная рыхлая, три пальца толщиной, достоянная всяческого удивления». А иноземные путешественники слагали легенды, будто в Коломне только монахи на посаде ведают секрет коломенской пастилы и только им открыто, как яблоко превратить в облако». Приведенное описание подпадает под критерии охраноспособности наименования места происхождения товара и свидетельствуют о наличии как природного фактора, так и людского. Однако людской фактор (как самостоятельный фактор влияния на особые свойства товара) в современных условиях производства практически нивелируется ввиду как мобильности населения, зачастую смены интересов, так и широкого распространения процедур патентования (см. ниже), которые предполагают возникновение исключительных прав, например, на способ производства.

Еще один пример: «дулевский фарфор» (номер государственной регистрации: 163. дата государственной регистрации: 30.12.2016). Данное наименование места происхождения товара действует в отношении изделий утилитарного и декоративно-прикладного назначения: посуда (сервизы; наборы: чайные, кофейные, столовые; наборы для специй), декоративные блюда, тарелки, вазы, подсвечники, штофы, шкатулки, барельефы, плакетки, скульптура малых форм и сувенирно-подарочные изделия. Указание места происхождения (производства) товара (границ географического объекта): г.

---

<sup>175</sup> <<http://kolomnapastila.ru/>> (Дата обращения: 18.05.2017).

Ликино-Дулево Орехово-Зуевского р-на Московской области. Говоря об особых свойствах товара, отметим, что речь идет об особом производстве, о росписи посуды. В то же время, роспись посуды может и должна охраняться в качестве объектов авторских прав. Роспись каждого художника уникальна, даже если используются исторические традиции ее нанесения. Поскольку важным элементом понятия наименования места происхождения товара является географический объект, то возникает вопрос: в каких границах его рассматривать? Исключительное право использования наименования места происхождения товара в отношении того же наименования может быть предоставлено любому лицу, которое в границах того же географического объекта изготавливает товар, обладающий теми же особыми свойствами.

Как правило, географический объект может быть квалифицирован либо в соответствии с административным делением государства, либо по границам соответствующей местности согласно науке физической географии. Но иногда может иметь место умысел, когда производитель искусственно пытается сузить территорию и лишить конкурентов, находящихся в одном и том же географическом объекте, права на пользование известными обозначениями. Например, нельзя исключить того, что не только г. Вологда, но и вся Вологодская область может быть территорией географического объекта, природные условия и людские факторы которого способны определять конкретные свойства «Вологодского масла». <sup>176</sup>

На практике возникают трудности в определении конкретной географической принадлежности. В 2003 году ООО «Минеральные воды Железноводска-А», являвшееся владельцем товарного знака «Славяновский», подало возражение против регистрации на имя трех хозяйственных обществ наименования места происхождения товара «Славяновская» в отношении товара – минеральная вода.

---

<sup>176</sup> Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны НМПТ // СПС «Консультант Плюс»

Двумя годами ранее, Роспатент отказал в выдаче свидетельства о наименовании места происхождения минеральной воды «Славяновская» по месту происхождения товара компании "Минеральные воды Железноводска-А", а спустя некоторое время выдал такое свидетельство трем ее конкурентам.

«Славяновская» занимает примерно 3% национального рынка питьевой воды. Воду под этой маркой разливают четыре завода в городе Железноводске Ставропольского края: "Минеральные воды Железноводска-А", ООО "Славяновская", "Элита Минерал" и ООО "Консульская". Роспатент основывается на том, что указанное наименование является производным от исторически сложившегося названия источника минеральной воды «Славяновский», находящегося в г. Железноводске. Также он ссылается на то что, данный источник (скважина №16), в свою очередь, получил название в 1915г. в честь признания научных заслуг известного русского гидрогеолога Н.Н. Славянова, открывшего единое подземное месторождение минеральной воды на юго-восточном склоне горы Железная. Данный источник имеет свои границы, установленные решением местных органов власти, следовательно, является географическим объектом. Арбитражные суды первых двух инстанций согласились с мнением Роспатента и отказали в иске, сославшись на то, что обозначение «Славяновский» является производным от наименования географического объекта «Славяновский». Отменяя решения судов первой и апелляционной инстанции ФАС Московского округа в решении от 06.10.2004 N КА-А40/8397-04 по делу N А40-5779/04-51-76 отметил следующее. Так как минеральный источник «Славяновский» является федеральной собственностью, то акты органов муниципальной власти, касающиеся определения границ природных ресурсов РФ, вынесены сверх имеющихся у них полномочий и не являются допустимыми доказательствами. Суд приходит к выводу, что исторически сложившееся название источника минеральной воды «Славяновский» касается скважины №16 (как указывал Роспатент, открытой гидрологом Славяновым Н.Н.), но

промышленный разлив минеральной воды «Славяновская» производится из скважины №69. В связи с этим возникает вопрос: можно ли скважину №69 рассматривать как единый комплекс со скважиной №16, и включалась ли она в состав минерального источника «Славяновский» (скважина №16).<sup>177</sup> Однако, в итоге ООО «Минеральные воды Железноводска-А» обратилось в суд о пересмотре дела по вновь открывшимся обстоятельствам, ссылаясь на то, что ни одно юридическое лицо, за исключением заявителя, не использует минеральную воду «Славяновская как товар. Лечебные учреждения (пансионат с лечением «Геолог Казахстана», санатории «Горный воздух» и «Дубовая роща») не применяют и не применяли минеральную воду «Славяновская» для индивидуализации отпускаемой им в бальнеологических целях минеральной воды. Самостоятельно санатории не добывают минеральную воду, не бутилируют ее и, как следствие, не могут использовать обозначение «Славяновская» на средствах индивидуализации товара - этикетках, упаковках или самом товаре. ФАС Московского округа в Определении от 17 января 2006 г. отказал в пересмотре по вновь открывшимся обстоятельствам искомого постановления, посчитав, что при вынесении постановления суд кассационной инстанции исходил из абсолютных оснований для отказа в регистрации товарного знака, поскольку на момент регистрации обозначения «Славяновская» в виде товарного знака оно уже не обладало различительной способностью в отношении конкретного товаропроизводителя ввиду его известности среди специалистов, производителей и потребителей как наименование минеральной воды, получаемой из конкретного источника.

Следует отметить, что уникальность наименования места происхождения товара как объекта интеллектуальной собственности подтверждается также обстоятельством, что этот объект является для правообладателя связующим звеном в отношении других объектов

---

<sup>177</sup> Лисица В.Н. Право интеллектуальной собственности: монография / В.Н. Лисица. – Рос. акад. наук, Инт. Философии и права СО РАН. – Новосибирск, 2012 г. - стр. 503. – ISBN 978-5-94520-067-8.

интеллектуальной собственности. Обладатели свидетельств на право пользования конкретным наименованием места происхождения товара могут являться правообладателями товарных знаков, а также патентообладателями изобретений, полезных моделей и промышленных образцов, селекционных достижений<sup>178</sup>. Например, в отношении производства бортевого меда, маркируемого таким наименованием места происхождения товара, как «БУРЗЯНСКИЙ БОРТЕВОЙ МЕД», № регистрации 122 от 27.10.2011, действует зарегистрированное селекционное достижение «Бурзянская бортевая пчела» на основании заявки НИИ пчеловодства и государственного заповедника «Шульган-Таш»: патент на селекционное достижение №5956 от 14.06.2011 г. Так, специальная выведенная порода пчел позволяет добывать «дикий» мед, маркируемый наименованием места происхождения, в искусственно выпиленных человеком дуплах деревьев.

В Российской Федерации действует регистрационная система предоставления правовой охраны наименованиям мест происхождения товаров.

В соответствии с пунктом 1 ст. 1518 ГК РФ наименование места происхождения товара признается и охраняется в силу государственной регистрации такого наименования. При этом НМПТ может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами либо юридическими лицами.

Согласно пункту 2 данной статьи лицам, зарегистрировавшим наименование места происхождения товара, предоставляется исключительное право использования этого наименования, удостоверяемое свидетельством, при условии, что производимый этими лицами товар отвечает требованиям пункта 1 ст. 1516 Кодекса.

В статье 1520 установлено, что обладатель свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара для

---

<sup>178</sup> См. об этом: Джермакян В.Ю. Теоретические основы охраны в РФ наименований природных минеральных вод в качестве объектов промышленной собственности. – Москва: ИНИЦ Роспатент. 2001г.

оповещения о своем исключительном праве может помещать рядом с наименованием «знак охраны» в виде словесного обозначения «зарегистрированное наименование места происхождения товара» или «зарегистрированное НМПТ», указывающий: применяемое обозначение является наименованием места происхождения товара, зарегистрированным в Российской Федерации.

Положения о государственной регистрации наименования места происхождения товара и предоставлении исключительного права на НМПТ установлены в статьях 1522 - 1534 ГК РФ. Детализация этих положений осуществлена в подзаконном акте - в Приказе Министерства экономического развития РФ от 30 сентября 2015 № 698 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации наименования места происхождения товара и предоставлению исключительного права на такое наименование, а также предоставлению исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара и выдаче свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара, его дубликата».

В соответствии с пунктом 1 ст. 1522 ГК РФ заявка на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование, а также заявка на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное НМПТ (заявка на НМПТ) подается в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности (в настоящее время - Роспатент). Заявка на НМПТ согласно пункту 2 данной статьи должна относиться к одному наименованию места происхождения товара.

Состав заявки на НМПТ установлен в пункте 3 данной статьи:

- заявление о государственной регистрации НМПТ и о предоставлении исключительного права на наименование или только о предоставлении

исключительного права на ранее зарегистрированное НМПТ с указанием заявителя, а также его места жительства или места нахождения;

- заявляемое обозначение;

- указание товара, в отношении которого испрашивается государственная регистрация НМПТ и предоставление исключительного права на такое наименование или только предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное НМПТ;

- указание места происхождения (производства) товара (границ географического объекта), природные условия и(или) людские факторы которого исключительно или главным образом определяют или могут определить особые свойства товара;

- описание особых свойств товара.

К заявке на НМПТ согласно пункту 5 данной статьи должны быть приложены следующие документы:

- заключение уполномоченного Правительством РФ органа, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами, если географический объект, наименование которого заявляется в качестве НМПТ, находится на территории Российской Федерации;

- заключение компетентного органа, определяемого в порядке, установленном Правительством РФ, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар, обладающий особыми свойствами, указанными в Государственном реестре НМПТ РФ, к заявке на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное НМПТ, находящееся на территории Российской Федерации;

- документ, подтверждающий право заявителя на заявленное НМПТ в стране происхождения товара, если географический объект, наименование которого заявляется в качестве НМПТ, находится за пределами России;

- документ, подтверждающий уплату пошлины за подачу заявки в установленном размере.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 сентября 2004 г. N 481 «О перечне федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или к заявке на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара» (ред. 2012 г.)<sup>179</sup> со ссылкой на статью 1522 ГК РФ был утвержден перечень федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование:

а) Минздрав России (в отношении минеральной питьевой лечебной, лечебно-столовой и минеральной природной столовой воды);

б) Минпромторг России (в отношении изделий народных художественных промыслов);

в) Минсельхоз России (в отношении товаров сельского хозяйства, продовольственных товаров, пива и безалкогольной продукции, продуктов пчеловодства, товаров, вырабатываемых из рыбы и морских продуктов);

г) Росалкогольрегулирование (в отношении алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции).

В соответствии с пунктом 6 ст. 1522 ГК РФ заявка на НМПТ подается на русском языке, а документы, прилагаемые к заявке, представляются на русском или другом языке.

---

<sup>179</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 17 сентября 2004 г. N 481 г. Москва «О перечне федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или к заявке на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара» (ред. 2012 г.) – СЗ РФ

Перевод на русский язык может быть представлен заявителем в течение двух месяцев со дня направления ему Роспатентом уведомления о необходимости выполнения данного требования.

В связи со спецификой наименований мест происхождения товара следует определить уполномоченный орган, осуществляющий контроль над сохранением особых свойств в товарах, в отношении которых зарегистрировано наименование места происхождения товара. В литературе необходимость создания системы такого контроля со ссылкой на опыт Франции и систему контроля в ЕС мотивируется следующим: наличие особых свойств должно представлять собой постоянную характеристику на любом этапе жизни товара - от изготовления до реализации в стране или за рубежом, и особые свойства товара на всех этих этапах должны соответствовать свойствам, которые указаны в заявке и свидетельстве, были зафиксированы в Государственном реестре наименований мест происхождения товаров РФ при государственной регистрации наименования. Организация контроля имеет большую специфику. Во многих странах этим занимаются либо органы, производящие выдачу охранных документов, либо министерства торговли, ассоциации производителей, национальные институты наименований мест происхождения товара.

Стандартная процедура государственной регистрации НМПТ производится путем подачи в Роспатент заявки на государственную регистрацию и о предоставлении исключительного права на такое наименование. Далее следует этап приема и регистрации в Роспатенте. Статья 1524 ГК РФ посвящена формальной экспертизе заявки на наименование места происхождения товара. В пункте 1 данной статьи предписано: формальная экспертиза заявки на НМПТ проводится в течение двух месяцев со дня ее подачи в Роспатент.

Проведение формальной экспертизы заявки на НМПТ согласно пункту 2 данной статьи заключается в проверке наличия необходимых документов, а также их соответствия установленным требованиям. В пункте 13.3.2

Регламента по НМПТ дополнительной задачей формальной экспертизы указана проверка содержания заявки, которую следует толковать ограничительно, как проверку перечня документов заявки, предусмотренных законом.

Затем следует экспертиза обозначения, заявленного в качестве наименования места происхождения товара, которая осуществляется по правилам, установленным статьей 1525 ГК РФ. В соответствии с абзацем 1 п. 1 этой статьи экспертиза обозначения, заявленного в качестве НМПТ (экспертиза заявленного обозначения), на соответствие такого обозначения требованиям статьи 1516 Кодекса проводится по заявке, принятой к рассмотрению в результате формальной экспертизы. Согласно абзацу 2 п. 1 данной статьи в ходе проведения экспертизы заявленного обозначения проверяется также обоснованность указания места происхождения (производства) товара на территории Российской Федерации, на основе чего принимается положительное решение и происходит государственная регистрация НМПТ (ст. 1529 ГК) и выдача свидетельства об исключительном праве на НМПТ заявителю (при условии получения от него документа об уплате пошлины за выдачу свидетельства – ст. 1530 ГК).

Конечным этапом будет публикация сведений, относящихся к государственной регистрации НМПТ и предоставлению исключительного права на такое наименование (ст. 1533 ГК).<sup>180</sup>

Свидетельство об исключительном праве на НМПТ действует в течение десяти лет со дня подачи заявки на НМПТ в Роспатент. Но в действующем ГК РФ не урегулирован срок, в течении которого данная заявка может быть рассмотрена. Этот вопрос решается в Приказе Министерства экономического развития РФ от 30 сентября 2015 № 698 "Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по

---

<sup>180</sup> Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения. Гражданско-правовая охрана в РФ: сборник схем информационно-справочного характера / Т.Ю. Погребинская. – Москва, Берлин: Инфотропик Медиа, 2011 г., стр 114.

интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации наименования места происхождения товара и предоставлению исключительного права на такое наименование, а также предоставлению исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара и выдаче свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара, его дубликата". Так, согласно п. 13 Регламента такой срок по общему правилу составляет восемнадцать месяцев и две недели, но может быть увеличен в определенных случаях.

Срок действия свидетельства продлевается каждый раз на 10 лет. Заявление о продлении срока действия свидетельства подается в течение последнего года его действия. Но по ходатайству обладателя свидетельства ему может быть предоставлено 6 месяцев по истечении срока действия свидетельства для подачи заявления о продлении срока при условии уплаты дополнительной пошлины.

В контексте рассмотрения процедур регистрации НМПТ в России в доктрине справедливо отмечалась ошибочность подхода, при котором описание особых свойств товара не публикуется при регистрации НМПТ в официальном издании Роспатента, что лишает потребителей и других заинтересованных лиц возможности узнать, в чем состоят особые свойства товара, которые делают возможной охрану обозначения этого товара в качестве НМПТ, указывалось и на необходимость обеспечения проверяемости (т.е. объективности) этих особых свойств и на несовершенство существующих процедур выдачи уполномоченными органами (Минсельхоз, Минздрав, Минпромторг, Росалкогольрегулирование) заключений о наличии у товаров данных свойств<sup>181</sup>.

---

<sup>181</sup> Шишкин Д.А. Совершенствование законодательства о наименованиях мест происхождения товаров и географических указаниях // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. 2017. N 2. С. 32 - 38.

Особое значение для уяснения особенностей использования исключительных прав на наименование места происхождения товара имеет субъектный состав заявителей, способных подать заявку на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование. В отличие от положений ст. 1478 ГК РФ, согласно которым обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, в отношении наименований мест происхождения товара установлены несколько иные правила об определении субъектного состава возможных правообладателей наименования места происхождения товара. Согласно ст. 1518 ГК РФ наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами либо юридическими лицами. Кроме того, данные правила уточняются в статье 2 обозначенного выше Административного регламента, согласно которой заявку на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование могут подавать граждане или юридические лица, либо несколько граждан и (или) юридических лиц. Заявка на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара подается одним гражданином или юридическим лицом.

На первый взгляд, по логическому комплексному анализу положений ГК РФ и Административного регламента можно заключить, что под гражданами понимаются именно индивидуальные предприниматели. Однако в заключительном абзаце ст. 2 Административного регламента дается разъяснение, согласно которому ведение дел с Роспатентом может осуществляться гражданами, включая индивидуальных предпринимателей, юридическими лицами либо группой таких лиц, указанными в абзацах первом и втором настоящего пункта (далее - заявитель), правообладателем, иным лицом самостоятельно, или через патентного поверенного, зарегистрированного в Роспатенте, или через иного представителя. Анализ

приведенных положений, - а именно использование формулировок «граждане», а также «гражданами, включая индивидуальных предпринимателей» позволяет заключить, что национальным законодательством РФ, по сути, разрешается регистрация наименования места происхождения товара гражданами, не являющимися индивидуальными предпринимателями.

Как отмечает В.С. Знаменская «Указание граждан как возможных субъектов права на НМПТ обусловлено высоким значением людского фактора в формировании определенных НМПТ, под которым понимается мастерство, опыт, традиции людей, которые без образования юридического лица могут являться субъектами права на результат их творческой деятельности»<sup>182</sup>. Очевидно, именно такой логике следовал законодатель при формулировании положений ГК РФ. Однако, на наш взгляд, подобные нормы хоть и популяризируют использование наименований мест происхождения товара и расширяют возможности такового, в то же время вступают в противоречие с другими положениями ГК, а также Административного регламента о том, что исключительное право признается за производителями товара, а также о том, что при регистрации наименований необходимо обосновывать производство в соответствующем географическом объекте продукции с особыми свойствами, обусловленными соответствующим объектом. Можно допустить то обстоятельство, что с учетом «людского фактора» наименования места происхождения товара, некоторые лица могут осуществлять кустарное производство в небольших масштабах и для удовлетворения личных и семейных нужд, но в таком случае отсутствует необходимость в индивидуализации таких товаров. Как только у такого производителя появляется необходимость в индивидуализации своих товаров, говорить о каком-либо характере

---

<sup>182</sup> Знаменская В.С. Субъекты прав использования наименований мест происхождения товаров // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 10, декабрь 2015 г., с. 33-36 <<http://ipcmagazine.ru/legal-issues/the-subjects-of-the-right-to-use-appellations-of-origin>> (Дата обращения – 22 февраля 2017 г.)

деятельности, отличном от предпринимательского, не приходится. Таким образом, представляется целесообразным исключить из российского законодательства возможность регистрации наименований мест происхождения товара физическими лицами, не осуществляющими предпринимательскую деятельность.

Кроме того, в науке поднимается еще одна, схожая с вышеназванной проблема. Отмечается, что положения ст. 1516 и 1518 ГК РФ о том, что исключительным правом на наименование места происхождения товара могут обладать лишь производители товара, по сути, являются препятствием для регистрации зарубежных наименований мест происхождения товара, 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, продвигая товары производителей и контролируя наличие в товарах особых свойств<sup>183</sup>.

Таким образом, представляется справедливой идея расширения в действующем российском законодательстве круга обладателей прав на наименования мест происхождения товаров за счет таких субъектов, которые не производят соответствующие товары, а представляют собой в стране их происхождения объединения производителей.

В статье 1535 ГК РФ предусмотрены случаи оспаривания и признания недействительными ненормативных правовых актов о предоставлении правовой охраны наименованию места происхождения товара и исключительного права на такое наименование с момента их принятия.

Как указывалось выше (§ 3 гл. 2 настоящего исследования) в абзаце 2 п. 2 ст. 1535 ГК РФ закреплён особый случай оспаривания предоставления правовой охраны наименованию места происхождения товара: если использование НМПТ способно ввести потребителя в заблуждение

---

<sup>183</sup> См. об этом: Знаменская В.С. Указ. соч.

относительно товара или его изготовителя в связи с наличием товарного знака, имеющего более ранний приоритет.

Следует отметить, что эта норма устанавливает специальные условия по сравнению с общей нормой пункта 6 ст. 1252 ГК РФ, предусматривающей принцип старшинства: если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее. В перечне средств индивидуализации п.6 ст.1252 ГК РФ не упомянуто наименование места происхождения товара, следовательно, к НМПТ применяется не данное общее правило, а специальная норма п.2 ст.1353, вводящая ряд ограничений в действие принципа старшинства применительно к данному случаю (оценка возможности введения потребителя в заблуждение и 5-летний срок оспаривания).

В статье 1536 ГК РФ предусмотрены случаи прекращения правовой охраны наименования места происхождения товара и действия свидетельства об исключительном праве на НМПТ, относящиеся к будущему времени.

В соответствии с пунктом 1 данной статьи правовая охрана НМПТ прекращается в случае:

- исчезновения характерных для данного географического объекта условий и невозможности производить товар, обладающий особыми свойствами, указанными в Государственном реестре наименований в отношении данного НМПТ;

- прекращения правовой охраны наименования места происхождения товара в стране происхождения товара.

Согласно пункту 2 данной статьи действие свидетельства об исключительном праве на НМПТ прекращается в случае:

- утраты товаром, производимым обладателем свидетельства, особых

свойств, указанных в Государственном реестре наименований в отношении данного НМПТ;

- прекращения правовой охраны НМПТ по основаниям, указанным в пункте 1 настоящей статьи;

- прекращения юридического лица - правообладателя, или регистрации прекращения гражданином деятельности в качестве индивидуального предпринимателя - правообладателя, или смерти такого гражданина;

- истечения срока действия свидетельства;

- подачи обладателем свидетельства соответствующего заявления в Роспатент;

- утраты иностранным юридическим лицом, иностранным гражданином или лицом без гражданства права на данное наименование места происхождения товара в стране происхождения товара.

В пункте 3 данной статьи указано, что любое лицо по основаниям, предусмотренным пунктом 1 и подпунктами 1 и 2 п. 2 настоящей статьи, может подать в Роспатент заявление о прекращении правовой охраны НМПТ и действия свидетельства об исключительном праве на такое наименование, а по основанию, предусмотренному подпунктом 3 и 6 п. 2 этой статьи, - о прекращении действия свидетельства или свидетельств об исключительном праве на НМПТ.

В статье 1537 ГК РФ определены меры гражданско-правовой ответственности за незаконное использование наименования места происхождения товара, во многом сходные с теми, которые предусмотрены статьей 1515 Кодекса в отношении незаконного использования товарного знака. В соответствии с пунктом 1 данной статьи правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещено незаконно используемое НМПТ или сходное с ним до степени смешения обозначение. В случаях, когда введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, правообладатель вправе требовать удаления за счет

нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого НМПТ или сходного с ним до степени смешения обозначения.

Запрет на распоряжение исключительным правом на НМПТ (п. 4 ст.1519 ГК) не исключает переход права на НМПТ в силу закона (в порядке универсального правопреемства при наследовании)<sup>184</sup> согласно положениям ст. 1241 ГК РФ, но при условии, что правопреемник – новый правообладатель будет лицом, которое является производителем соответствующего товара в границах географического объекта, обозначаемого этим НМПТ, что, на наш взгляд, не противоречит общим положениям IV части ГК РФ о переходе исключительных прав без договора. Как отмечается в науке, возможность перехода прав на НМПТ в других случаях универсального правопреемства (при реорганизации) является предметом обсуждения<sup>185</sup>. На наш взгляд такая ситуация допустима также на основании ст. 1241 ГК РФ при условии, что правопреемник – новый правообладатель будет лицом, которое является производителем соответствующего товара в границах географического объекта, обозначаемого этим НМПТ.

Таким образом, российское законодательство об охране географических обозначений, принимая за основу режим охраны наименований мест происхождения товаров, представляется комплексным и ориентированным не только на защиту исключительных прав правообладателей, но и на индивидуализирующие свойства товара, охраняемых наименованием мест происхождения товара, а также на защиту, в первую очередь, прав потребителей.

2. В целях проведения более полного анализа модернизации российского законодательства в условиях евразийской интеграции, а также

---

<sup>184</sup> П. 85 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 29 мая 2012 г. N 9 г. Москва "О судебной практике по делам о наследовании"

<sup>185</sup> Новоселова Л.А., Кольздорф М.А. Наименование места происхождения товара: проблемы регулирования и направления развития // Хозяйство и право №5, 2017 С. 7.

возможностей регионального сотрудничества в сфере охраны географических обозначений, отдельного внимания требует рассмотрение особенностей охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний в Содружестве Независимых Государств (СНГ). Все страны СНГ присоединились к важнейшим международным договорам в области охраны промышленной собственности, таким как Парижская конвенция по охране промышленной собственности, Мадридское соглашение по международной регистрации знаков. Некоторые, с учетом членства в ВТО, - участники Соглашения ТРИПС. А Республика Молдова еще в 2001 г. присоединилась к Лиссабонскому соглашению. Следовательно, основу национальных нормативно-правовых актов, принятых в рамках СНГ, составляют положения Парижской конвенции и общепризнанные мировой практикой принципы и нормы.

Одним из важных документов, принятых в рамках СНГ, является Соглашение «О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний» (далее – Соглашение). Оно было подписано в Минске 4 июня 1999 г. По состоянию на апрель 2017 г. в Соглашении участвуют 11 государств: Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Россия, Узбекистан, Украина, Таджикистан.

Из названия Соглашения следует, что в нем используется термин географическое указание, который определяется в ст. 1 Соглашения, как обозначение, которое идентифицирует происхождение товара из территорий государств-участников Соглашения или их регионов, или местностей, где качество, репутация либо другие характеристики товара в значительной степени соотносятся с его географическим происхождением. Таким образом, уже в 1999 г. в рамках СНГ было согласовано определение географических указаний, которое в современном мире представляется классическим и вытекает из подхода ВТО, закрепленного в ст.22 Соглашения ТРИПС (и практически совпадает текстуально с содержащейся в нем формулировкой).

В то же время, Российская Федерация, являясь участником Соглашения, не поспешила имплементировать используемые в нем термины в свое национальное законодательство, ограничиваясь широким подходом к понятию наименования места происхождения товара.

Соглашение устанавливает ряд мер по выявлению и пресечению фактов использования ложных товарных знаков и географических указаний; предупреждению проникновения через таможенные границы государств-участников Соглашения на территории других сторон Соглашения товаров, в отношении которых используются ложные товарные знаки и географические указания<sup>186</sup>. Как уже говорилось, содержательно и текстуально определение географических указаний, приведенное в Минском соглашении практически идентично определению, закрепленному в ст. 22 Соглашения ТРИПС. Кроме того, в ст. 4 Соглашения, по сути, скопированы и меры охраны географических указаний, закрепленные в ст. 22 ТРИПС. Так, согласно положениям ст. 4 Соглашения в отношении географических указаний государства-участники предоставляют правовые средства защиты заинтересованным сторонам с целью воспрепятствовать использованию каких-либо средств при обозначении товара или его презентации, которые указывают (или вызывают ассоциацию) на иное, чем истинное, место происхождения товара и таким образом вводят в заблуждение потребителей в отношении географического происхождения товара, а также средства защиты против каких-либо действий, которые могут рассматриваться как недобросовестная конкуренция в пределах статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Положения ст. 7 Соглашения воспроизводят положения ст. 23 ТРИПС об использовании географических указаний в отношении особой группы

---

<sup>186</sup> Текст документа см.: Official Web-site of the WIPO. Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний < [http://www.wipo.int/wipolex/ru/other\\_treaties/text.jsp?file\\_id=201372](http://www.wipo.int/wipolex/ru/other_treaties/text.jsp?file_id=201372) > (Дата обращения: 04.08.2017).

товаров, согласно которым государства-участники Минского соглашения обязаны предоставить правовые средства защиты в целях предупреждения использования географических указаний, идентифицирующих территориальное происхождение вин или крепких спиртных напитков, для этих видов напитков, в действительности не происходящих из указанного в географическом указании места, в том числе и в случаях, когда такие географические указания используются в переводе или сопровождаются указанием истинного места происхождения, или такими пояснениями, как "вид", "тип", "стиль", "имитация" или подобными.

В то же время, Соглашение содержит и оригинальные положения о выборе юрисдикции и коллизионном регулировании в развитие судебных мер защиты нарушенных прав. Так, согласно ст. 13 обладателям прав на географические указания предоставляется возможность обращаться в судебные органы для обеспечения защиты прав, предусмотренных Соглашением, по месту их нарушения и в соответствии с национальным законодательством Сторон. В контексте коллизионно-правового регулирования, здесь, судя по всему, речь идет о закреплении принципа *lex loci protectionis* (право страны, где испрашивается охрана) к международным отношениям, вытекающим из нарушения прав на товарные знаки и географические указания.

Важными положениями Соглашения являются положения об обязательном введении в национальное законодательство государств-участников Соглашения норм уголовной и административной ответственности в случаях намеренного использования ложных товарных знаков и географических указаний в коммерческих целях (ст. 23).

В Соглашении установлены и немаловажные направления сотрудничества государств-участников Соглашения по охране прав на товарные знаки и географические указания. Так, в целях обеспечения реализации положений Соглашения Государства-участники: во-первых, обмениваются оперативной информацией о выявленных их

компетентными органами фактах производства и реализации, а также предполагаемых попытках экспорта или импорта товаров с использованием ложных товарных знаков и географических указаний; во-вторых, совместно намечают и осуществляют мероприятия по профилактике, выявлению, пресечению и предупреждению правонарушений, связанных с охраной товарных знаков и прав использования географических указаний; в-третьих, систематически обмениваются информацией о правовых актах, в-четвертых, содействуют проведению совместных научных исследований в сфере охраны промышленной собственности, проводят семинары и конференции, сотрудничают в области подготовки и повышения квалификации кадров (ст. 24).

Многие статьи Соглашения содержат отсылочные нормы. То есть каждое государство должно разработать внутренние акты относительно географических указаний. Только тогда Соглашение будет работать эффективно. Особенно важным это обстоятельство представляется для стран Евразийского экономического союза (РФ, Армения, Казахстан, Киргизия, Белоруссия).

Говоря о процессах евразийской интеграции, происходящих в рамках Евразийского экономического союза (далее - ЕАЭС), стоит отметить, что в рамках союза осуществляется более активная и эффективная работа по унификации законодательства в сфере охраны географических обозначений.

Так, в основополагающем документе ЕАЭС, - Договоре о Евразийском экономическом союзе 2014 г. содержится Приложение № 26 - «Протокол об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности», которое является неотъемлемой частью Договора и соответственно носит нормативный характер. Уже в первой главе Протокола приводится перечень объектов интеллектуальной собственности, охраняемых

на территории Союза, среди которых отдельно выделяются как географические указания, так и наименования мест происхождения товаров.

Глава VI Протокола посвящена географическим указаниям, глава VII - наименованиям места происхождения товара и глава VIII - наименованиям места происхождения товара Евразийского экономического союза. Таким образом, подход ЕАЭС и терминологически и содержательно представляется весьма примечательным.

В положениях главы VI Протокола, под географическим указанием понимается 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. Таким образом, положения Протокола текстуально практически совпадают с положениями Соглашения о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний 1999 г. и отражают международный подход, выраженный в Соглашении ТРИПС, что представляется последовательным шагом, направленным на унификацию законодательства в сфере охраны географических указаний. В то же время, что касается предоставления охраны географическому указанию на территории государств-членов ЕАЭС, то этот вопрос решается по усмотрению каждого конкретного государства или на основании соответствующего международного договора, к которому присоединилось то или иное государство-член ЕАЭС. То есть, автоматически на основании положений Протокола обязанность у государств предоставлять охрану географическим указаниям не возникает.

Под наименованием мест происхождения товаров, в свою очередь, в Протоколе понимается обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а

также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами (глава VII Протокола). Кроме того, приведенные положения применяются к обозначению, которое позволяет идентифицировать товар как происходящий с территории определенного географического объекта и, хотя не содержит наименования этого объекта, стало известным в результате использования данного обозначения в отношении товара, особые свойства которого отвечают требованиям, указанным в абзаце первом настоящего пункта. Рассмотренные положения Протокола в целом идентичны положениям ч. 1 ст. 1516 ГК РФ, что позволяет сделать вывод о том, что при их формулировании учитывался российский опыт. В отличие от рассмотренного выше подхода к географическим указаниям, в положениях Протокола отсутствует возможность альтернативного предоставления охраны наименованию места происхождения товаров, - такая охрана на территории стран-участниц Договора является обязательной. Ввиду обозначенного, приведенные выше положения Протокола, закрепляющие широкий подход к наименованию места происхождения товара представляются вынужденными и направленными именно на унификацию подходов к регулированию различных географических обозначений на территории государств-членов ЕАЭС. Кроме того, сделанный акцент на охране именно наименований мест происхождения, обусловлен историческими факторами развития гражданского законодательства стран СНГ. Например, Модельный гражданский кодекс, разработанный в 1994 году в целях гармонизации гражданского законодательства стран СНГ, содержит положения об интеллектуальной собственности. В ст. 1035 Модельного кодекса (в редакции 2003 г.) к объектам интеллектуальной собственности из географических обозначений отнесены именно наименования места

происхождения товаров. Однако, Модельный кодекс интеллектуальной собственности для государств-участников СНГ 2010 г. к объектам интеллектуальной собственности причисляет географические указания (ст. 6) в развитии положений Минского соглашения.

В Протоколе также устанавливаются правила об обеспечении государствами членами ЕАЭС мер по предотвращению использования любых средств при обозначении или презентации товара, которые указывают на то или вызывают ассоциацию с тем, что данный товар происходит из географического района, отличного от настоящего места происхождения, таким образом, что это способно вводить потребителя в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара, а также любого использования, которое представляет собой акт недобросовестной конкуренции по смыслу статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности (глава VII Протокола). Таким образом, положения Протокола защищают правообладателей и потребителей от использования ложных или вводящих в заблуждение наименований мест происхождения товаров, а также от актов недобросовестной конкуренции.

Интересным и перспективным механизмом представляется региональный режим охраны наименования места происхождения товара Евразийского экономического союза, закрепленный в отдельной VIII главе Протокола, который предполагает возможность регистрации в государствах-членах ЕАЭС «наименования места происхождения товара Евразийского экономического союза», охрана которому предоставляется одновременно на территориях всех государств-членов. В то же время в Протоколе указано, что отношения, возникающие в связи с регистрацией, правовой охраной и использованием таких объектов на территориях государств-членов должны регулироваться международным договором, заключаемым в рамках ЕАЭС.

В 2016 г. в целях реализации рассмотренных положений был подготовлен проект Договора о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров ЕАЭС (проект одобрен

Распоряжением Совета Евразийской экономической комиссии от 17 марта 2016 г. № 13), который устанавливает систему регистрации наименования места происхождения товара ЕАЭС, охраняемого одновременно на территории всех стран Союза, регулирует отношения, связанные с регистрацией, правовой охраной и использованием наименования, а также устанавливает правила о признании государствами-членами ЕАЭС регистрации наименования места происхождения товара ЕАЭС и предоставлении обозначенному объекту такой же правовой охраны, как и своим национальным (зарегистрированным в государстве) наименованиям места происхождения товара. Регистрация наименования в рамках ЕАЭС приравнивается к национальной регистрации. Договор пока еще не вступил в силу, но уже обозначил вектор развития правового регулирования наименований мест происхождения товара в рамках ЕАЭС.

Таким образом, система охраны единого наименования места происхождения товара на региональном уровне в рамках ЕАЭС призвана упростить порядок регистрации и предоставления охраны наименованию на территории сразу всех государств-членов ЕАЭС, а также устранить противоречия в режимах охраны наименований мест происхождения товара. Подобные региональные подходы представляются прогрессивными унифицирующими механизмами охраны наименований места происхождения товара и отражают современную тенденцию по созданию международных систем регистрации и единых перечней географических обозначений.

3. Анализируя подходы национального законодательства отдельных стран-членов СНГ к охране географических обозначений, следует отметить, что, например, в Республике Беларусь действует Закон о географических указаниях, где под термином «географическое указание» понимаются два

объекта «указание происхождения товара» и «наименование места происхождения товара».<sup>187</sup>

Интересным представляется опыт Армении в сфере охраны географических обозначений, которая регулируется Законом Республики Армения от 1 июля 2010 г. «О географических указаниях»<sup>188</sup>. Закон не смотря на название закрепляет охрану как географических указаний, так и наименований мест происхождения, различия между которыми проводятся, главным образом, по критерию осуществления этапов производства продукции на территории соответствующего географического объекта (все этапы: производство, изготовление, переработка должны осуществляться на территории соответствующего географического объекта в случае с наименованием места происхождения и хотя бы один в случае с географическим указанием). Кроме того, закон интересен тем, что устанавливает еще один вид объектов, указывающих на географическое происхождение товара: «гарантированный традиционный продукт» - сельскохозяйственный или пищевой продукт, обладающий специфичностью и подлежащий регистрации. Согласно ст. 9 закона в качестве гарантированного традиционного продукта может охраняться продукт, отвечающий одному из следующих условий: 1) получается из традиционного исходного сырья; 2) характеризуется традиционным составом; 3) характеризуется способом производства и (или) переработки, соответствующим традиционному способу производства и (или) переработки. Причем, четких критериев разграничения гарантированных традиционных продуктов с наименованиями мест происхождения и географическими указаниями закон не содержит, что позволяет судить о «сертифицирующем» характере указания на гарантированный традиционный продукт. В то же время, указание на традиционность в рассматриваемом

---

<sup>187</sup> Закон Республики Беларусь «О географических указаниях» от 17 июля 2002 г. № 127-З < <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ru/by/by051ru.pdf> > (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>188</sup> Закон Республики Армения «О географических указаниях» от 29.04.2010 г. < <https://www.aira.am/ru/Geographical-IndicationsLaw/> > (Дата обращения: 03.10.2018).

объекте предполагает использование продукта на рынке в течение продолжительного времени, передачу от поколения к поколению (этот срок должен соответствовать общепризнанной продолжительности человеческого поколения и составлять не менее чем 25 лет, согласно ст. 2 закона). В доктрине высказывается справедливая позиция, согласно которой гарантированный традиционный продукт является еще одним видом средств индивидуализации<sup>189</sup>. В то же время, самостоятельным географическим обозначением его можно было бы назвать лишь при выделении четких критериев связи и влияния географического происхождения продукта на его особые свойства и другие характеристики.

Еще одним интересным примером является Закон Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».<sup>190</sup> Согласно его положениям не допускается использование зарегистрированного наименования места происхождения товара лицами, не имеющими свидетельства на право пользования этим объектом промышленной собственности, а также использование сходного обозначения для любых товаров, что может ввести потребителя в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара. Но разъяснение самого термина в законе не дается. Определение наименования места происхождения товара дано в ст. 1108 Гражданского кодекса Узбекистана, согласно которой наименованием места происхождения (указанием происхождения) товара признается название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для этого

---

<sup>189</sup> Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности. Средства индивидуализации: Учебник (том 3), под общ. ред. Л.А. Новоселовой, глава 6, Орлова Е.Д. // Статут, 2018, СПС КонсультантПлюс.

<sup>190</sup> Закон Республики Узбекистан № 267-II от 30.08.2001 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (с изменениями в соответствии с Законом РУз № ЗРУ-III от 19.09.2007 г.): <[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=227957](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=227957)> (Дата обращения: 04.08.2017).

географического объекта природными условиями или иными факторами либо сочетанием природных условий и этих факторов.

Приведенное определение в целом совпадает с определением наименования места происхождения товара, данным в Лиссабонском соглашении. Однако особый интерес вызывает формулировка «иные факторы», которая, расширяет «факторы влияния», не ограничиваясь людскими. Кроме того, в ст. 1108 указано, что наименованием места происхождения товара может быть историческое название географического объекта.

В законе Кыргызской республики «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»<sup>191</sup> из географических обозначений в качестве объектов интеллектуальной собственности правовая охрана предоставляется только НМПТ.<sup>192</sup>

Анализ национальных законодательств СНГ показывает, что независимо от подходов правовое регулирование использования географических указаний направлено на запрещение использования географического указания в отношении товара, который не происходит из указанного места, т.е. направлены против введения общественности в заблуждение относительно действительного места происхождения товара.

---

<sup>191</sup> Закон Кыргызской республики «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 14 января 1998 г. №7 <<http://pravum.kg/2011/08>> (Дата обращения: 04.08.2017).

<sup>192</sup> Тахиров Г.И. Совершенствование правовой охраны географических указаний в Республике Таджикистан: дис. Канд. юрид. наук: 12.00.03/ Г.И.Тахиров. – М., 2004. – 117с.

## **Глава 3. Правовое регулирование отношений в сфере охраны географических обозначений, осложненных иностранным элементом**

### **§ 3.1. Проблемы охраны иностранных географических обозначений в национальных правопорядках**

В отношении иностранных правообладателей или потенциальных заявителей, желающих получить регистрацию или право использования уже зарегистрированного географического обозначения за рубежом по общему правилу, установленному в ст. 2 Парижской конвенции, действует национальный режим, предполагающий предоставление им таких же прав и обязанностей, какие предоставляются государством своим гражданам. Однако с учетом различных подходов в разных странах к режимам охраны тех или иных географических обозначений, у иностранного правообладателя могут возникать сложности в понимании особенностей тех или иных режимов охраны географических обозначений. Такие сложности могут быть связаны как с определением объектов индивидуализации при использовании географических обозначений, с «факторами влияния» географического обозначения на то или иное свойство товара (услуги), так и с особенностями использования обобщающих обозначений, указывающих на вид товара (т.н. родовые географические обозначения).

Так, например, в США существует отдельное регулирование в отношении иностранных географических обозначений, используемых для индивидуализации винной продукции - статья 4.25 главы 27 Свода федеральных правил<sup>193</sup>.

Для импортного вина в п. (b.2.i) ст. 4.25 установлены следующие требования: в отношении наименования страны, иностранного эквивалента наименования страны или региона страны происхождения: не менее 75%

---

<sup>193</sup> См: <<https://www.gpo.gov/fdsys/granule/CFR-2001-title27-vol11/CFR-2001-title27-vol11-sec4-25a>> (Дата обращения – 05.05.2017).

объема вина должно производиться из винограда (или другого сельскохозяйственного сырья), выращенного в указанном наименовании места происхождения товара. Вино должно соответствовать требованиям законов и правил страны, где испрашивается охрана, которые регламентируют состав, способ производства и обозначение вина, продаваемого в стране происхождения.

В отношении «межтерриториального» наименования места происхождения товара, происходящего не более чем из 3 государств, провинций, территорий или аналогичных политических подразделений страны, эквивалентных государству, п. (с) ст. 4.25 предъявляет специальные требования: регионы должны граничить друг с другом, что может выражаться в том, что: 1) 2 или 3 региона имеют общую границу; 2) в случае с 3 регионами – все три региона следуют друг за другом и имеют непрерывную линию границ. 100 % состава вина должно производиться из винограда (или другого сельскохозяйственного товара), выращенного в указанных регионах. Процент вина, полученного из винограда (или другого сельскохозяйственного сырья), выращенного в каждом из указанных регионов, должен указываться на этикетке.

Вино иностранного наименования места происхождения товара согласно п. (е.3.iii) ст. 4.25 должно соответствовать требованиям иностранных законов и правил, регулирующих состав, способ производства и обозначение вина, доступного в стране происхождения.

Таким образом, в США действуют, по сути детализированные специальные для винной продукции нормы, распространяющие свое действие на территорию страны происхождения наименования места происхождения товара, охрана которого (регистрация или право пользования) истребуется в США.

Контроль в обозначенной сфере правоотношений осуществляет Бюро по контролю за торговлей и налогообложением алкогольной и табачной продукцией Казначейства США.

Бюро разрабатывает механизмы информирования потребителей, заявителей об иностранных наименованиях места происхождения товаров, охрана которых не подпадает под действие международных торговых соглашений. Бюро взаимодействует с правительствами иностранных государств с тем, чтобы иметь актуальные списки охраняемых иностранных наименований мест происхождения вина. Правила, разрабатываемые Бюро во исполнение рассмотренных выше нормативных положений, требуют, чтобы импортное вино, маркированное иностранным наименованием места происхождения, соответствовало требованиям иностранных законов и правил, регулирующих состав, метод производства и обозначение вин, доступных для потребления в стране происхождения<sup>194</sup>. Для получения актуальной информации о винных наименованиях происхождения в конкретной стране заявитель может воспользоваться как списками, формируемыми бюро, так и информацией, предоставляемой зарубежными патентными ведомствами.

Таким образом, в США в отношении винной продукции как на законодательном, так и административном уровне, реализован подход, ориентированный на детализацию охраны иностранных географических обозначений посредством собственных национальных правил, что представляется вполне прогрессивным способом популяризации и использования на международном уровне иностранных географических обозначений.

Интересен и опыт охраны иностранных географических обозначений в КНР, где также при идентичных в целом подходах к охране иностранных географических обозначений (посредством режимов охраны сертификационных и коллективных знаков), существуют некоторые специальные положения.

---

<sup>194</sup> <[https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition\\_USA](https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition_USA)> (Дата обращения – 05.05.2017).

В КНР охрана географических обозначений началась с момента присоединения к Парижской конвенции по охране промышленной собственности в марте 1985 года. В 1987 и в 1989 году Государственное управление промышленности и торговли КНР впервые предоставило охрану законных прав на такое иностранное географическое обозначение, как «Danish Butter Cookies» посредством издания специальных постановлений<sup>195</sup>. В декабре 1994 года Государственное управление промышленности и торговли КНР приняло административный документ «Меры по регистрации и администрированию коллективных и сертификационных знаков», согласно которому географические указания могут быть защищены в качестве сертификационных знаков. Документ вступил в силу с 1 марта 1995 года, и в этом же году три иностранных географических обозначения были зарегистрированы в качестве сертификационных знаков<sup>196</sup>. В 2003 году Государственное управление промышленности и торговли КНР усилило защиту географических обозначений в Китае, приняв новый акт «Меры по регистрации и администрированию коллективных знаков и сертификационных знаков». Многие зарубежные правообладатели начали регистрировать свои географические обозначения в Департаменте КНР по товарным знакам в качестве сертификационных знаков или коллективных знаков. Так, например, в 2013 году, Межведомственный совет по винам из французского Бордо подал заявку на сертификацию марки в отношении 53 связанных с вином наименования мест происхождения в Департамент КНР по товарным знакам.

К концу 2015 года Департамент КНР по товарным знакам одобрил регистрацию в общей сложности 2984 географических обозначений, включая 83 иностранных. Из иностранных обозначений наибольшее число заявок было подано из Франции (33 заявки), Италии (18 заявок) и США (14 заявок).

---

<sup>195</sup> См. об этом: Li Yuncheng. Protection of Geographical Indications in China <<http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=841c7089-5db1-4d80-a7be-947992f00e13>> (Дата обращения – 05.05.2017).

<sup>196</sup> См. об этом: там же.

В свете успешного опыта международного сотрудничества по защите географических обозначений, 28 марта 2016 года Государственное управление промышленности и торговли КНР приняло специальный акт «Меры по защите иностранных географических указаний продуктов», чтобы обеспечить равную защиту иностранных и национальных географических обозначений на территории Китая. Отметим, что согласно документу, иностранный заявитель должен предоставить доказательства того, что географическое обозначение было зарегистрировано и пользуется охраной в стране происхождения. Это правило конкретизируют положения ст. 10 Закона КНР «О товарных знаках» 1982 г.

Таким образом, в отношении охраняемых иностранных географических обозначений в КНР, фактически, действует национальный режим, и иностранные географические обозначения могут получить охрану в качестве сертификационных знаков.

Что касается РФ, то ГК РФ также предусматривает возможность охраны иностранных географических обозначений. При этом в ст. 1517 ГК РФ говорится, что «на территории Российской Федерации действует исключительное право использования наименования места происхождения товара, зарегистрированное федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности, а также в других случаях, предусмотренных международным договором Российской Федерации». Таким международным договором могло бы быть Лиссабонское соглашение, но РФ в нем не участвует. В отсутствие соответствующих международных норм, особый интерес представляют положения абз. 2 ст. 1517 ГК РФ, согласно которым государственная регистрация в качестве наименования места происхождения товара наименования географического объекта, который находится в иностранном государстве, допускается, если наименование этого объекта охраняется в качестве такого наименования в стране происхождения товара. Обладателем исключительного права использования наименования указанного места происхождения товара может

быть только лицо, право которого на использование такого наименования охраняется в стране происхождения товара. Таким образом, положения российского законодательства в рассматриваемом вопросе представляются разумными и достаточными с учетом закрепления обязанности иностранных заявителей предварительно получить охрану в стране происхождения географического обозначения.

В то же время, на практике возникают ситуации, когда Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) не признает, то или иное иностранное географическое обозначение наименованием места происхождения. Так, американская компания Napa Valley Vintners обратилась в Суд по интеллектуальным правам РФ с заявлением к Роспатенту о признании недействительным решения Роспатента от 30.01.2017 N 2013744296 об отказе в удовлетворении возражения на решение Роспатента от 18.05.2016 об отказе в государственной регистрации наименования места происхождения товара "NAPA VALLEY", обозначающего винную продукцию из одноименного региона в США. Компания Napa Valley Vintners не согласилась с решением Роспатента об отказе в регистрации, которое было основано на том обстоятельстве, что "NAPA VALLEY" – это сертификационный знак США, а не наименование места происхождения товара, исходя из смысла российского законодательства. В обоснование поданного заявления компания Napa Valley Vintners указала, что обозначение "NAPA VALLEY" охраняется в Соединенных Штатах Америки (далее - США) как наименование места происхождения товара, что подтверждается сертификационным знаком под N 4853438. По мнению компании, как следует из регистрационного свидетельства указанного сертификационного знака, данное обозначение используется уполномоченными лицами, удостоверяет вина, полученные из винограда, выращенного в американском винодельческом регионе "NAPA VALLEY", маркированные и рекламируемые в соответствии с законами США в отношении наименования места происхождения товара

американского винодельческого региона "NAPA VALLEY"<sup>197</sup>. Кроме того, обозначение "NAPA VALLEY" зарегистрировано в США как "Американский винодельческий регион" (AVA), который является одним из видов наименования места происхождения товара в соответствии с законодательством США, при этом также определены и указаны территории, т.е. законодательно определены границы данного географического объекта (Закон США 46 FR 9061). Также было установлено то обстоятельство, что Окружной Совет/Наблюдательный совет округа НАПА (административно-территориальная единица в США) принял резолюцию, разрешающую заявителю регистрировать обозначение "NAPA VALLEY" в любой стране мира в качестве сертификационного знака и/или географического указания вина в соответствии с нормативными актами. Суд по интеллектуальным правам поддержал доводы компании Napa Valley Vintners о том, что нормами российского законодательства не предусматривается требование о том, чтобы соответствующий режим правовой охраны в иностранном государстве назывался именно "наименование места происхождения товара", в связи с чем требование Роспатента о представлении заявителем документов, подтверждающих факт того, что обозначение "NAPA VALLEY" охраняется в стране происхождения в качестве наименования места происхождения товара по смыслу статьи 1516 ГК РФ является незаконным. Суд, придя к выводу о том, что представленные документы подтверждают особые свойства товара (вина), произведенного в Долине Напа, и то, что заявленное обозначение охраняется в США как НМПТ (в понимании российского законодательства), так как удостоверяет место происхождения и качественные характеристики товара, своим решением от 5 декабря 2017 г. по делу N СИП-237/2017 отменил решение Роспатента и обязал принять решение о регистрации испрашиваемого наименования места происхождения товара на территории Российской Федерации. Таким образом, анализируя совершенно

---

<sup>197</sup> См. об этом: <<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71726108/>> (Дата обращения – 31.01.2018).

справедливое решение суда, можно заключить, что в РФ охрану могут получить любые зарубежные географические обозначения, которые независимо от названия и правового режима в стране происхождения, по смыслу ГК РФ используются в качестве наименований мест происхождения товара. В российском законодательстве помимо положений об охране иностранных наименований мест происхождения товара, содержатся и правила об охране российских наименований места происхождения товара за рубежом (подача заявки на российское наименование места происхождения за рубежом) при условии, что такое наименование зарегистрировано в установленном порядке с предоставлением исключительного права в РФ (ст. 1534 ГК РФ). Обозначенные положения представляются экстерриториальными и императивными, отступление от которых (действие иных правил получения охраны на наименования места происхождения в РФ) даже на основании гипотетически отличных от российских иностранных норм недопустимо.

Проблематика охраны географических обозначений в трансграничных отношениях связана и с особенностями определения объектов индивидуализации. Говоря о международно-правовых подходах, отметим, что положения Парижской конвенции о наименованиях места происхождения (ст. 1) не конкретизируют объект индивидуализации. В то же время, так как охрана наименований мест происхождения обеспечивается положениями ст. 10 Парижской конвенции «Ложные указания: арест при ввозе продуктов, снабженных ложным указанием», в которой речь идет исключительно образом о продуктах, как виде товаров в качестве объекта индивидуализации, можно сделать вывод о том, что положения Парижской конвенции об охране наименований мест происхождения не предполагают возможности индивидуализации услуг посредством использования наименования места происхождения.

Основные положения специального международного договора, направленного на охрану наименований мест происхождения –

Лиссабонского соглашения, 1958 г. (в редакции Женевского акта 2015 г.), а именно ст. 2 «Предмет», также сформулированы таким образом, что как наименования места происхождения, так и географические указания наделяются индивидуализирующим свойством именно в отношении товаров. В то же время в ст. 11 Лиссабонского соглашения содержится не совсем однозначное указание на услуги (в контексте установления правовых средств защиты зарегистрированных наименований мест происхождения и географических указаний в отношении товаров и услуг). Положения пп. 1 (a) (ii) обозначенной статьи, действующие в отношении охраны зарегистрированных наименований мест происхождения указывают на недопустимость незаконного использования (лицом, не являющимся правообладателем) наименования места происхождения и географического указания в отношении «товаров, которые не однородны с теми, к которым применяется наименование места происхождения или географическое указание, или услуг, если бы такое использование указывало на связь между этими товарами или услугами и бенефициарами наименования места происхождения или географического указания или предполагало наличие такой связи и могло нанести ущерб интересам бенефициаров или, когда это применимо, в силу репутации наименования места происхождения или географического указания в соответствующей Договаривающейся стороне такое использование могло умалить или ослабить несправедливым образом такую репутацию или позволить недобросовестно получить преимущество за счет такой репутации». В этой сложной конструкции обращает на себя внимание связка «в отношении услуг, если». Анализ обозначенных выше положений позволяет сделать вывод о том, что Лиссабонское соглашение прямо не указывает на допустимость использования географических обозначений в отношении услуг (при определении основных понятий наименования места происхождения и географического указания), но в то же время содержит формулировки, свидетельствующие о возможности

национальных законодателей предусмотреть такое использование, т.е. не запрещает использование географических обозначений в отношении услуг.

Некоторые страны такой возможностью успешно воспользовались. Так, бразильский закон «О промышленной собственности» 1996 г. допускает применение наименования места происхождения, как в отношении товаров, так и в отношении услуг. Согласно ст. 178 закона наименование места происхождения представляет собой географическое название страны, города, региона или района, которое указывается на товаре или при оказании услуг, качество или характеристики которых обусловлены исключительно или главным образом географической средой, включая природный и людской фактор. Такое определение наименования места происхождения однозначно указывает на возможность его использования и в отношении услуг.

Возможность использования наименований мест происхождения в отношении услуг, как отмечает В.И. Еременко, ранее отмечалась и в законодательстве Кубы, однако в современном законодательстве Кубы (Декрет-Закон от 22 февраля 2002 г. N 228 о географических указаниях) эта особенность отсутствует, поскольку согласно статье 2 Декрета-Закона географические указания идентифицируют только продукты<sup>198</sup>. Говоря о российском законодательстве, отметим, что положения ст. 1516 ГК РФ, определяющие понятие наименования места происхождения, оперируют исключительно термином наименование места происхождения товара, исключая, таким образом, услуги из объектов индивидуализации географических обозначений в РФ.

Обозначенная позиция подтверждается и на международно-правовом уровне. Так, Соглашение ТРИПС 1994 г., предусматривающее охрану географических указаний в разделе 3, также закрепляет положения об использовании географических указаний именно в отношении товаров (ст. 22

---

<sup>198</sup> Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. № 7, 2016. С. 58 - 70. СПС КонсультантПлюс.

«Охрана географических указаний»). В зарубежной доктрине высказываются мнения о том, что это положение является еще одним характерным отличием географических указаний от наименований мест происхождения<sup>199</sup>. Такие выводы представляются преждевременными ввиду того, что в ст. 24 «Международные переговоры; исключения» разработчики ТРИПС допустили возможность национального законодателя использовать географические указания и в отношении услуг, указав, например, что от государств-членов ВТО не требуется применение положений 3 раздела ТРИПС в отношении географического указания любого другого государства-члена ВТО «для товаров или услуг, для которых соответствующее указание идентично термину, привычному в разговорном языке в качестве общепринятого названия таких товаров или услуг на территории упомянутого члена». Приведенные формулировки свидетельствуют о том, что Соглашение ТРИПС допускает возможность использования географических указаний в отношении услуг, если, в свою очередь, национальное законодательство того или иного государства-члена ВТО предусматривает такую возможность.

Анализ положений международных договоров позволяет заключить, что на международно-правовом уровне вопрос о возможности использования географических обозначений в отношении услуг четко не решен. В то же время отсутствует прямой запрет на такое использование, а также имеются нормы, допускающие возможность внутригосударственного решения этого вопроса.

В то же время, рассматриваемая проблематика представляется не столько технической, сколько содержательной. Когда речь идет об индивидуализирующем свойстве того или иного географического обозначения, то безусловно учитываются особенности географической среды или географического происхождения, влияющие на качество или свойства

---

<sup>199</sup> Audier Jacques. TRIPs Agreement: Geographical Indications. Office for Official Publications of the European Communities, 2000. P. 16; Zografos Daphne. Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions. 2010. P. 176

товара. Причем в понятие географической среды включаются природные и людские факторы (п. (i) (1) ст. 2 Лиссабонского соглашения). Сложно представить, как природный фактор может систематически влиять на качество услуги, которое должно быть неразрывно связано с ее географическим происхождением. Людской фактор, в свою очередь, на качество и свойство той или иной услуги повлиять может. Но связь такого фактора с тем или иным географическим районом, влияние соответствующей географической среды на ту или иную услугу нивелируются тем обстоятельством, что людской фактор (без связи с природным) может быть реализован где угодно с учетом современной мобильности населения и современных повсеместно развитых условий производства и оказания услуг. Ввиду этого представляется нецелесообразным и противоречащим индивидуализирующим особенностям географических обозначений их использование в отношении услуг. В литературе в качестве примера возможного наименования места происхождения услуги называют «тайский массаж». Этим примером подкрепляют довод о необходимости расширения охраны наименований мест происхождения до сферы услуг, т.к. отсутствие возможности распространить охрану на услуги повлечет перенесение подобных уникальных услуг в другую географическую область, что, в свою очередь, нарушает уникальность и снижает качество таких услуг в случаях, когда они оказываются вне пределов соответствующих географических границ<sup>200</sup>. С такими выводами сложно согласиться ввиду того, что изменение места оказания услуги в случае, если географическая среда никоим образом не влияет на её характеристики, не приведет к изменению качества оказания такой услуги при условии соблюдения соответствующих стандартов, методик оказания услуг, которые, в свою очередь, могут охраняться механизмами патентного или авторского права. Под сомнение в указанном контексте следует поставить и людской фактор, как средство ассоциации

---

<sup>200</sup> См. об этом: Гаврилов Э. П., Данилина Е. А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. С. 5.

товара, маркируемого географическим обозначением, с той или иной географической средой. Местные ремесленники, передающие традиции производства из поколения в поколение могут переехать со своей «рецептурой» в другую страну, район и т.д. Таким образом, единственным объективным фактором, опосредующим индивидуализирующее свойство географических обозначений, следует считать природный фактор.

Проблемы дифференциации различных видов товаров, как объектов индивидуализации географических обозначений, также представляются немаловажными ввиду специфики производства того или иного товара, происходящего с определенной территории. В настоящей работе уже рассматривались отдельные национальные и региональные нормативно-правовые акты, посвященные, например, охране географических обозначений в отношении сельскохозяйственной, винной продукции. В то же время, такая дифференциация прослеживается и на универсальном международном уровне. Так, в Соглашении ТРИПС содержится 3 уровня охраны в отношении различных географических указаний. Отдельные правила установлены в отношении: 1) географических указаний, относящихся ко всем продуктам, 2) вин и крепких спиртных напитков 3) только вин.

Минимальный стандарт охраны для всех географических указаний независимо от характера товара, к которому он применяется, установлен статьей 22 Соглашения ТРИПС. Такая охрана, главным образом, сводится к запрету на использование географических указаний производителями, не расположенными в регионе географического указания.

Дополнительная охрана для вин и крепких спиртных напитков включает три элемента (ст. 23, 24 Соглашения ТРИПС):

- предоставление законных средств защиты государством-членом ВТО заинтересованным сторонам для предотвращения использования географического указания, идентифицирующего вина и крепкие спиртные напитки, не происходящее из места географического указания.

- возможность отказа в регистрации товарного знака или признания его недействительным в отношении вин или крепких спиртных напитков, при условии, если такой товарный знак содержит или состоит из географического указания, и соответствующий товар не происходит с данной территории.

- призыв к будущим переговорам, направленным на повышение охраны географических указаний в отношении отдельных вин и крепких спиртных напитков, нуждающихся в такой охране.

Положения Соглашения ТРИПС о дополнительной охране в отношении вин подчеркивают необходимость предоставления защиты для каждого географического указания в отношении вина в случае одноименных указаний и создания многосторонней системы уведомлений и регистраций географических указаний в отношении вин, имеющих право на защиту в юрисдикциях стран-членов ВТО.

Приведенные положения Соглашения ТРИПС демонстрируют актуальность для государств-членов ВТО отдельной (в некоторых случаях индивидуальной) охраны географических указаний в отношении вин и крепких спиртных напитков. В то же время, рассмотренные нормы содержат во многом векторный, декларативный характер, безусловно акцентируя внимание на спиртосодержащей продукции, товарооборот которой в государствах-членах ВТО имеет особое значение. Рассматриваемые положения, на наш взгляд, не препятствуют возможному установлению отдельной охраны на национальном уровне и в отношении иных объектов индивидуализации географических обозначений (например, сельскохозяйственной, рыбной, текстильной продукции) особенно в случаях, когда установление истинного географического происхождения имеет определенные сложности (например, необходимость установления процентного соотношения компонентов молочной продукции, происходящих из разных стран, миграция рыбы между территориальными водами разных стран).

Еще одной проблемой охраны географических обозначений в трансграничных отношениях следует признать режим родового обозначения (когда географическое обозначение становится общеупотребимым термином для обозначения рода товаров независимо от места производства). Данный режим упоминается как на международном уровне, так и на национальном уровне на основе положений международных норм.

Причем, в ст. 12 Лиссабонского соглашения (в редакции Женевского акта 2015 г.) содержатся нормы, направленные на предотвращение превращения наименования места происхождения в родовое понятие. По сути, в ст. 12 Соглашения реализовано правило, согласно которому государства-участники соглашения, отказывая в регистрации (охране на своей территории) иностранного наименования места происхождения, не могут считать такое обозначение родовым понятием до тех пор, пока наименование охраняется в стране происхождения.

На национальном уровне более конкретно закрепляются нормы о родовых обозначениях, которые не пользуются охраной в качестве географических обозначений. Так, например, согласно ч. 2 ст. 1516 ГК РФ обозначение, представляющее собой или содержащее наименование географического объекта, вошедшее в Российской Федерации во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его производства, не признается наименованием места происхождения товара.

Родовые понятия, обозначения, действительно, являются исторически сложившейся возможностью национального законодателя вывести то или иное обозначение из-под охраны ввиду того, что оно вошло во всеобщее употребление. В то же время, такое правило представляется не совсем логичным ввиду того, что изначальная цель использования географических обозначений – индивидуализирующая - достигается именно посредством особой связи свойств и характеристик товара с географическим происхождением. Поэтому допустить всеобщее употребление

географического обозначения в отношении товаров определенного вида означает нивелировать специфику и саму идею охраны географических обозначений, кроме того потребители могут быть введены в заблуждение. Обозначенные положения ч. 2 ст. 1516 ГК РФ представляется целесообразным исключить из российского законодательства. Такой механизм представляется допустимым в отношении товарных знаков, когда индивидуализация товара происходит чисто формально и такое обозначение не связано перманентно с особыми свойствами товара, но только при условии, что на национальном уровне прекращена охрана исключительных прав на товарный знак и установлены четкие правила определения «общеупотребимости» обозначения в отношении того или иного товара.

### **§ 3.2. Коллизионно-правовое регулирование охраны географических обозначений**

Вопросы коллизионно-правового регулирования осложненных иностранным элементом отношений по охране исключительных прав на географические обозначения возникают все чаще и чаще, поскольку любое судебное разбирательство в таких случаях должно начинаться с решения вопроса о выборе применимого права. Отметим, что на международно-правовом уровне практически отсутствуют нормы о выборе права, применимого не только к географическим обозначениям, но и к интеллектуальной собственности в целом. Можно, разве что, отметить положения п.2 ст. 5 Бернской конвенции об охране художественных и литературных произведений 1886 г., согласно которым помимо установленных Конвенцией положений, объем охраны, равно как и средства защиты, представляемые автору для охраны его прав, регулируются исключительно законодательством страны, в которой истребуется охрана. Но Конвенция и ее положения применяются к объектам авторского права и не применимы к географическим обозначениям.

В зарубежной доктрине применительно к проблемам коллизионно-правового регулирования средств индивидуализации отмечается влияние на такое регулирование территориального принципа охраны, указывается, что его преодоление на международном уровне еще не состоялось и что именно на основе территориального принципа охраны формулируется коллизионная привязка *lex loci protectionis* (право страны, где испрашивается охрана)<sup>201</sup>.

В международной практике коллизионно-правового регулирования отношений интеллектуальной собственности встречаются различные подходы к выбору применимого права в отношении, прежде всего, вопросов определения исключительных прав на различные объекты интеллектуальной собственности, а также определения внедоговорных обязательств в сфере интеллектуальной собственности и договорных обязательств по договорам передачи прав на объекты интеллектуальной собственности<sup>202</sup>.

Отметим, что сфера действия применимого права, указанная выше, в отличие от ряда иных объектов интеллектуальной собственности в отношении географических обозначений ограничивается вопросами возникновения, определения, использования исключительных прав, а также внедоговорными обязательствами в сфере интеллектуальной собственности в зависимости от законодательства той или иной страны. Что касается распространения интеллектуального статута на договорные обязательства в сфере географических обозначений, отдельно отметим то обстоятельство, что исключительные права на географические обозначения по своей природе не передаваемы и не отчуждаемы и, поэтому, ни о распространении интеллектуального статута на договорные обязательства, ни о собственно

---

<sup>201</sup> См. об этом: Treppoz E. International Choice of Law in Trademark Disputes From a Territorial Approach to a Global Approach // Columbia journal of law & the arts № 37:4, 2014. P. 558.

<sup>202</sup> См. об этом: Суспицына М.В. Коллизионное регулирование отношений интеллектуальной собственности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2013 г., с. 52-57.

договорном статуте в случае с географическим обозначением говорить не приходится.

Применительно к внедоговорным обязательствам стоит отметить, что может возникать широкий спектр таких отношений в случаях с географическими обозначениями. Так, обязательства, вытекающие из неосновательного обогащения или недобросовестной конкуренции, в акте которой выражено недобросовестное использование исключительного права на то или иное географическое обозначение, могут быть осложнены иностранным элементом. В то же время, в классическом понимании «деликтного статута» традиционно выделялись обязательства из причинения вреда с основной коллизионной привязкой «закон места причинения вреда»<sup>203</sup>. В обозначенном контексте неоднозначным представляется вопрос о возможности возникновения обязательств, вытекающих из причинения вреда обладателю исключительного права (имеющего природу имущественного права) на то или иное географическое обозначение. Если опираться на терминологию и содержательную сторону подходов, реализованных в ГК РФ (ст. 1219-1221), то, на первый взгляд, в сферу определения обязательств, вытекающих из причинения вреда, вред обладателю исключительного права на объекты интеллектуальной собственности не включен. В то же время из определения перечня объектов гражданских прав, приведенного в ст. 128 ГК РФ, можно сделать вывод о том, что имущественное право является видом имущества, а значит вред обладателю исключительного права, как права имущественного, все-таки может быть причинен ввиду того, что ст. 1064 ГК РФ оперирует понятием «вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица». Данный вывод подтверждается и аналогичным подходом антимонопольных органов. Например, в Постановлении ФАС Западно-Сибирского округа № А46-

---

<sup>203</sup> См. об этом: Хлестова О.И. Внедоговорные обязательства в международном частном праве: монография / отв. ред. И. О. Хлестова. — М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. Норма. ИНФРА М, 2017. С. 10

18318/2011 от 04.12.2013 была доказана цель причинения вреда имущественным правам кредиторов (в частности, праву собственности).

Кроме того, ст. 1537 ГК РФ «Ответственность за незаконное использование наименования места происхождения товара», по сути, регламентирует меры ответственности за причинение вреда обладателю исключительного права на наименование места происхождения товара, среди которых изъятие из оборота и уничтожение за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещено незаконно используемое наименование места происхождения товара или сходное с ним до степени смешения обозначение; удаление за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого наименования места происхождения товара или сходного с ним до степени смешения обозначения; выплата компенсации по выбору правообладателя: 1) в размере от десяти тысяч до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения; 2) в двукратном размере стоимости контрафактных товаров, на которых незаконно размещено наименование места происхождения товара.

Что касается зарубежной практики, то, например, германские суды исходят из такой позиции, что требования о прекращении нарушения исключительного права на средства индивидуализации, предъявляемые к третьим лицам, основанные только на факте регистрации соответствующего средства, могут быть определены как злоупотребление правом<sup>204</sup>, что, в свою очередь, может являться и причинением вреда обладателю исключительных прав на географические обозначения, в отношении которых допускается множественная регистрация права пользования.

Таким образом, обязательства, вытекающие из причинения вреда исключительному праву на то или иное географическое обозначение, все же возникать могут, а осложнение отношений иностранным элементом здесь

---

<sup>204</sup> См. об этом: Urteil vom 24.02.2010, Az.: 2a O 295/09 [5] Цит. по: Вернигора Т. А. Цель причинения вреда как признак злоупотребления исключительным правом // Основы экономики, управления и права № 3 (15) / 2014 г., с. 87.

может быть, как в месте причинения такого вреда, в субъекте отношений, так и в месте происхождения соответствующего географического обозначения.

При определении иностранного элемента в отношениях по охране географического обозначения, вытекающих из внедоговорных обязательств, иностранным элементом в месте причинения вреда суду, как представляется, будет необходимо определить именно ту страну, на территории которой произошло действие, выразившееся в нарушении исключительных прав на то или иное географическое обозначение (место причинения вреда). Причем, то обстоятельство, охраняется ли исключительное право на соответствующее географическое обозначение в такой стране или нет, при определении факта осложнения отношения иностранным элементом учитываться, на наш взгляд, не должно и будет подлежать установлению уже позже согласно положениям выбранного применимого права. Важно в обозначенном контексте иметь доказательства наличия либо международно-правовой охраны географического обозначения (в случае его международной регистрации), либо его национально-правовой охраны в какой-либо стране.

Осложнение отношений по охране и использованию географических обозначений иностранным элементом, выраженным в субъекте предполагает, что суд рассматривает дело об использовании, нарушении прав на то или иное «национальное» географическое обозначение, охраняемое в стране суда, и что в таких отношениях участвует иностранное лицо.

Иностранный элемент может быть выражен в месте происхождения географического обозначения (речь идет о стране, на территории которой находится соответствующий географический регион, на который указывает географическое обозначение), на наш взгляд, только лишь в случаях охраны исключительных прав на географические обозначения, обладающие индивидуализирующим свойством. В таких случаях регистрация географического обозначения в стране происхождения может быть обязательным требованием национального законодательства любой другой страны, где планируется использование такого географического обозначения.

В таких случаях ошибочная, незаконная регистрация географического обозначения будет влиять на охрану соответствующего объекта в других странах. Поэтому осложнение иностранным элементом отношений по охране географических обозначений может происходить и по месту происхождения географического обозначения.

В российской доктрине на основе анализа нормативно-правовых актов иностранных государств, действующих в сфере международного частного права, права интеллектуальной собственности в целом, выделяется несколько групп стран с различными коллизионно-правовыми подходами<sup>205</sup>. Первая группа включает страны (Австрия, Китай, Тайвань), в которых реализован коллизионный принцип применения права страны, где испрашивается охрана «*lex loci protectionis*». В вопросе отождествления принципа «*lex loci protectionis*» и «*lex fori*» (право страны суда) усматривается определенная неоднозначность. На наш взгляд, несмотря на то, что в большинстве случаев выбранное на основе этих двух принципов, право будет одно и то же, принцип «*lex fori*» традиционно воспринимается сугубо формально, как право страны суда, однако охрана может быть истребована и в патентном ведомстве. Таким образом, если анализировать рассматриваемые принципы в контексте коллизионно-правового регулирования географических обозначений, то с учетом вышесказанного, а также того обстоятельства, что национальное законодательство той или иной страны может связывать охрану зарубежного географического обозначения с охраной в стране происхождения, более корректным, на первый взгляд, представляется использование принципа «*lex loci protectionis*», который представляется специальным коллизионным принципом определения интеллектуального статуса.

В то же время стоит отметить, что коллизионный принцип «*lex loci protectionis*» не во всех странах воспринимается однозначно. Так, в

---

<sup>205</sup> См. об этом: Суспицына М.В. Коллизионное регулирование отношений интеллектуальной собственности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2013 г., с. 52-57.

Швейцарии и Бельгии в отношении объектов интеллектуальной собственности используется, казалось бы, рассматриваемый принцип, однако звучит он несколько иначе: «к правам интеллектуальной собственности применяется право того государства, в отношении которого испрашивается охрана»<sup>206</sup>. Обозначенный подход является вариацией принципа «*lex loci protectionis*», однако отождествление данного принципа в таком текстуальном исполнении с принципом «*lex fori*» представляется еще более некорректным (по сравнению с рассмотренной выше ситуацией). На наш взгляд, такое отождествление не корректно, поскольку в определенных случаях в тот или иной суд может поступить на рассмотрение дело, в рамках которого охрана исключительного права истребуется на территории иностранного государства. Конечно, такие случаи вероятны в сфере охраны преимущественно авторских прав. Однако в случае с географическим обозначением также возможны ситуации, когда суду необходимо установить, подлежит ли спорное географическое обозначение охране в том или ином иностранном государстве (например, в случае наличия связи охраны географического обозначения в стране суда с охраной в стране происхождения).

Существуют и специальные подходы к интеллектуальному статусу. Так, в Италии права на нематериальные блага регулируются правом государства использования таких прав, т.е. возникновение, содержание и прекращение исключительных прав регулируется правом того государства, в котором было осуществлено действие по их правомерному использованию или нарушению<sup>207</sup>. Такой подход условно можно назвать отличным от классического принципа «*lex loci protectionis*», поскольку, если исключительное право, например, на географическое обозначение нарушается, значит предполагается, что соответствующий объект интеллектуальной собственности имеет охрану в стране нарушения,

---

<sup>206</sup> См. об этом: там же.

<sup>207</sup> Гетьман-Павлова И.В. Международное частное право. Учебник для магистров М.: Юрайт, 2013, 4-е издание. С. 601.

правомерное использование исключительного права на такой объект также предполагает его охрану в стране использования, что, в свою очередь, свидетельствует о совпадении этого коллизивно-правового принципа с предыдущим принципом применения «права государства, в отношении которого испрашивается охрана».

Интересным опытом дифференцированного коллизивного подхода к регистрируемым объектам промышленной собственности, в частности к географическим указаниям, представляется японское законодательство. К правам на регистрируемые объекты применяется право государства, в котором объект был первоначально зарегистрирован, а в случае возникновения внедоговорных обязательств - право страны места причинения вреда. Так, в одном из решений, принятых Верховным судом Японии<sup>208</sup> закреплён коллизивный принцип применения права страны регистрации прав промышленной собственности (в данном деле было применено право США), а к выплате ущерба - был применён деликтный статут – право Японии (ст. 11 и ст. 17 Акта Японии № 78 от 21.06.2006 «Об основных правилах определения применимого закона»). Тем не менее, ссылаясь на публичный порядок, суд Японии не применил нормы законодательства США. Однако решение, принятое при рассмотрении вышеуказанного дела, свидетельствует об объективной необходимости применения к правоотношению более чем одного правопорядка одновременно - расщепления статута.

В некоторых странах, таких, как Россия и Германия, в законодательстве отсутствуют отдельные коллизивно-правовые нормы, определяющие интеллектуальный статут. В то же время, вопрос о выборе применимого права к объектам интеллектуальной собственности решается, исходя из общих начал применения права страны, с которым отношение наиболее тесно связано, и такой страной, в свою очередь, признаётся право страны, где испрашивается охрана.

---

<sup>208</sup> Supreme Court of Japan. Judgment 26.09.2002, Minshû Vol. 56, No.7, p. 1551.

Положения п. 1 ст. 1231 ГК РФ о действии «иностранных» исключительных и иных интеллектуальных прав на территории Российской Федерации на основании международных договоров не представляется возможным квалифицировать как коллизионно-правовые или считать формирующими интеллектуальный статут, ввиду того, что речь идет о признании права. В то же время, в п. 2 ст. 1231 ГК РФ завуалированно, но все же, закреплено коллизионно-правовое положение: «при признании исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации в соответствии с международным договором Российской Федерации содержание права, его действие, ограничения, порядок его осуществления и защиты определяются настоящим Кодексом независимо от положений законодательства страны возникновения исключительного права, если таким международным договором или настоящим Кодексом не предусмотрено иное». В международных договорах и ГК РФ в отношении географических обозначений таких «иных» правил не предусмотрено. В данной норме, по сути, содержится односторонняя коллизионная привязка, отсылающая к праву РФ при признании исключительных прав, возникших за рубежом. Особенностью в этом контексте все же будет то обстоятельство, что для применения этой коллизионной привязки требуется наличие международного договора, в котором устанавливались бы исключительные права и нормы об их признании на территории стран-участниц. Такие международно-правовые нормы существуют в сфере охраны авторских прав (например, ст. 5 Бернской конвенции по охране литературных и художественных произведений 1886 г.). Подобные международно-правовые обязательства в отношении географических обозначений отсутствуют.

Как отмечает О.В. Луткова<sup>209</sup>: «в настоящее время понятие интеллектуального статута только формируется в национальных системах

---

<sup>209</sup> Луткова О.В. Трансграничные авторские отношения: материально-правовое и коллизионно-правовое регулирование: Диссертация на соискание ученой степени доктора

государств и закрепляется, как правило, фрагментарно: с указанием на общую коллизионную норму, при помощи которой следует выбирать применимое право к исключительным правам в трансграничных отношениях – закон государства, где испрашивается охрана (*lex loci protectionis*) или закон государства происхождения (*lex loci originis*). При этом, коллизионную привязку *lex loci originis* О.В. Луткова предлагает применять для определения авторства на иностранные объекты авторских прав<sup>210</sup>.

Коллизионно-правовой принцип «*lex loci protectionis*» мог в свое время найти отражение в российском законодательстве. Так, в 2012 г. в РФ обсуждался Проект федерального закона N 47538-6 «О внесении изменений в Гражданский кодекс Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных законодательных актов (положений законодательных актов) Российской Федерации», в котором было предложено ввести в ГК РФ ст. 1207.2 «Право, подлежащее применению к исключительным правам на интеллектуальную собственность». В рассматриваемом проекте статьи, в свою очередь, был реализован классический механизм определения применимого права в отношении исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации через право страны, в отношении которой испрашивается охрана соответствующего исключительного права.

При этом, сферу действия такого права предлагалось распространить на охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации; виды исключительных прав; содержание исключительных прав; ограничения исключительных прав; действие исключительных прав; осуществление исключительных прав, в том числе допустимые способы распоряжения исключительными правами; внедоговорные способы защиты исключительных прав. Таким образом, предлагалось введение общей нормы (для всех объектов интеллектуальной

---

юридических наук: 12.00.03, МГЮА (Университет имени О.Е. Кутафина), Москва, 2018, С. 301-302.

<sup>210</sup> См. об этом: Луткова О.В. Указ. соч. С. 10.

собственности без какой либо дифференциации), с довольно широкой сферой действия, в содержании которой реализован территориальный принцип действия исключительных прав. Данное положение не было введено в ГК РФ. Введение соответствующей нормы позволило бы, на наш взгляд, четко обозначить в законодательстве подход к коллизионно-правовому регулированию интеллектуальной собственности, разграничить, таким образом, интеллектуальный статут с вещным. В то же время, определенная дифференциация интеллектуального статута в зависимости от объекта интеллектуальной собственности все же необходима.

Так, отдельный интерес в контексте особой природы географических обозначений наряду с другими объектами интеллектуальной собственности представляет подход, реализованный в законодательстве таких стран, как Португалия, Румыния, Греция. Речь идет о так называемом коллизионном принципе *lex originis* (право страны происхождения). Так, например, в Португалии к объектам промышленной собственности применяется право страны создания соответствующего объекта, а в Румынии и Греции возникновение, содержание и прекращение права на промышленную собственность регулируются законом того государства, где соответствующий объект был передан на хранение, где была произведена его регистрация, или где было подано заявление о передаче на хранение или о регистрации<sup>211</sup>. Причем под правом страны создания географического обозначения в португальском подходе будет пониматься право страны, где географическое обозначение было впервые зарегистрировано, т.е. страны, где находится соответствующий географический регион. Что касается греческого и румынского подходов, то под правом страны хранения объекта промышленной собственности следует понимать право страны депонирования соответствующего объекта (например, в случае с сортом растения). В случае с географическим обозначением, речь идет о праве страны первоначальной регистрации (или подачи заявления на регистрацию).

---

<sup>211</sup> См. об этом: Суспицына М.В. Указ. соч. С. 52-57.

Право страны происхождения географического обозначения, как страны, в которой находится соответствующий географический регион, и где состоялась первоначальная регистрация, действительно, представляется правом наиболее тесно связанным с охраной соответствующего обозначения ввиду того, что при решении вопроса о предоставлении охраны географическому обозначению в стране, не являющейся страной происхождения, в первую очередь, будет учитываться факт предоставления охраны в стране происхождения, что представляется обязательным условием для регистрации и последующей выдачи свидетельства о предоставлении исключительного права использования соответствующего географического обозначения.

Анализируя опыт коллизионно-правового регулирования в разных странах отношений, складывающихся в сфере охраны интеллектуальной собственности, отметим, что дифференцированные подходы в зависимости от объекта промышленной собственности не встречаются. Если такое регулирование предусмотрено, то оно распространяется на все объекты промышленной собственности.

При определении интеллектуального статута применительно к географическим обозначениям, а именно в случае определения правового статуса такого обозначения как объекта интеллектуальной собственности, вопросов возникновения, прекращения и содержания исключительного права на соответствующее обозначение, наиболее предпочтительной коллизионной привязкой предлагается считать право страны происхождения географического обозначения, а не право страны, где испрашивается охрана (классическая коллизионная привязка интеллектуального статута) ввиду того, что именно правовая система страны происхождения придает географическому обозначению его особый правовой статус, а также влияет на возможность охраны в других странах. В связи с обозначенным и с учетом существующей на данный момент терминологии в сфере географических обозначений главу III Лиссабонского соглашения об охране наименований

мест происхождения и их международной регистрации предлагается дополнить статьей 14.1. «Определение права, подлежащего применению», следующего содержания: «Применимым правом для целей определения правового статуса наименования места происхождения товара или географического указания как объекта интеллектуальной собственности, вопросов возникновения, прекращения и содержания исключительного права на соответствующее обозначение, является право страны происхождения географического обозначения». Территориальный принцип действия исключительных прав в данном случае справедливо ограничивается для целей объективного определения права, наиболее тесно связанного с отношениями. Это представляется возможным ввиду того, что если по каким-либо критериям географическое обозначение, зарегистрированное в одной стране, не удовлетворяет охраноспособности в другой, то возникает ситуация, когда реальное географическое обозначение, индивидуализирующее товар, заслуживший высокую репутацию и получивший широкое распространение в мире не получает охрану в стране импорта этих товаров, что в свою очередь создает серьезные риски распространения «поддельных» товаров, вводящих потребителя в заблуждение относительно их происхождения и качества.

## Заключение

Проведенный в работе анализ нормативно-правовых подходов к географическим обозначениям на национальном, наднациональном и международном уровнях, рассмотрение правоприменительной практики по различным аспектам охраны географических обозначений, их соотношению с иными объектами интеллектуальной собственности позволяет сформулировать следующие выводы.

Анализируя первые попытки и результаты в сфере консолидации усилий государств по международно-правовому регулированию различных объектов промышленной собственности на заре XIX века, можно заключить, что соответствующее согласование происходило преимущественно в сфере, направленной на обслуживание торговых интересов компаний и ставились задачи оптимизации и унификации правового поля, прежде всего, международной торговли и «изобретательства».

Различия в определениях наименований мест происхождения товаров и географических указаний, содержащихся в Женевском акте, сводятся к уровню связи наименования (указания) с территорией происхождения. В случае с наименованием места происхождения товара такая связь должна устанавливаться через влияние географической среды, включая природные и человеческие факторы, на качество или особенности товара. Географические указания, в свою очередь, по смыслу Женевского акта используются в случае наличия связи качества, репутации или иной особенности товара с его географическим происхождением. Ключевое отличие заключается в том, что связь с местом происхождения в случае наименования места происхождения представляется более прочной и предполагает, как правило, осуществление всех этапов производства на территории соответствующего географического объекта.

Анализ основ международно-правового регулирования рассматриваемых объектов показывает, что наличие двух обозначений,

указывающих на происхождение товара, влечет терминологическую неопределенность, что, в свою очередь, может привести к ряду проблем в области международно-правовой охраны соответствующих объектов в трансграничных отношениях. В силу обозначенного, с учетом положений ТРИПС, Женевского акта Лиссабонского соглашения, представляется целесообразным перейти от использования понятия наименования места происхождения и географического указания к использованию понятия географическое обозначение. Географическое обозначение - собирательное понятие, включающее все средства индивидуализации товаров, указывающие на географическое происхождение товара с той или иной местности, с которой связаны особые свойства такого товара. В формировании географического обозначения указание на географическое происхождение товара имеет индивидуализирующее свойство, определяющее особое качество и характеристики товара. Такие обозначения представляется возможным именовать квалифицированными средствами индивидуализации, в то время, как, товарные знаки являются простыми средствами, которые могут содержать указание на тот или иной регион, но природа такого указания связана с общим индивидуализирующим (различительным) свойством товарного знака, как средства индивидуализации (например, визуальным, текстуальным, звуковым, не связанным со свойством и качеством товара), а указания происхождения, в свою очередь, не обладают индивидуализирующим свойством, указывая на территорию происхождения товара в контексте законодательства о защите конкуренции и защите прав потребителей. Таким образом, к географическим обозначениям, из известных международным договорам объектов интеллектуальной собственности, представляется целесообразным отнести наименования места происхождения товаров и географические указания.

Для наименования места происхождения товара связь особых свойств соответствующего товара с географическим местом его происхождения имеет ключевое значение. Следовательно, смена места производства товара с

особыми свойствами не представляется возможной, равно как и сохранение в таком случае наименования места происхождения товара.

Вопрос соотношения товарного знака и наименования места происхождения является актуальным не только в Российской Федерации, но и за рубежом, в частности на наднациональном уровне в рамках ЕС. Нормы, содержащие порядок разграничения данных средств индивидуализации, содержатся как в национальном законодательстве, так и в основополагающих международных договорах, действующих в сфере охраны промышленной собственности и рассмотренных средств индивидуализации.

Связь наименования места происхождения товара с особыми свойствами товара – это такая его исключительная характеристика, которая вступает в противоречие с институтом досрочного прекращения охраны наименования места происхождения товара, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком. В связи с этим положения п. 2 ст. 1535 ГК РФ нуждаются в пересмотре. В случае, когда сроки приоритета товарного знака являются более ранними, чем сроки приоритета наименования места происхождения товара, прекращение охраны такого наименования представляется нелогичным, так как именно режим наименования места происхождения товара наиболее пригоден для охраны прав на обозначение, связанное с географическим регионом. В российское законодательство предлагается ввести механизм параллельного использования товарного знака и тождественного (а также сходного с ним до степени смешения) наименования места происхождения товара с более поздним приоритетом без прекращения охраны соответствующего наименования места происхождения товара и товарного знака. В случаях, когда соответствующие товарные знаки используются в отношении товаров, не обладающих особыми свойствами, связанными с данным географическим регионом, они при использовании должны снабжаться обязательным указанием на этот факт, например, путем размещения рядом с товарным знаком надписи: «Данное обозначение не

является зарегистрированным наименованием места происхождения товара. Свойства товара не связаны с обозначенным географическим регионом».

Анализируя зарубежное законодательство и юридическую практику, можно прийти к выводу, что в случае, если название географического объекта не является указанием происхождения товара как правовой категорией и у потребителя не складывается определенное представление о качестве товара во взаимосвязи с определенным местом производства данного товара, оно является просто адресом или указанием на место нахождения предприятия. Иными словами предоставлением актуальной (правдивой) информации об изготовителе и продавце.

Охрана географических указаний и наименований мест происхождения товаров в европейских странах имеет определенные отличия. Это связано, в первую очередь, с тем, что на международно-правовом уровне существуют различные системы защиты рассматриваемых объектов интеллектуальной собственности, в рамках которых по-разному определяются как сами понятия географического указания или наименования места происхождения товара, так и способы их охраны, а также такие вопросы как регистрация и использование указанных объектов.

Анализируя правовое регулирование в странах Европейского союза, следует отметить, что охрана географическим обозначениям предоставляется как на наднациональном (акты ЕС), так и на внутригосударственном уровне.

В законодательстве ЕС проведена дифференциация географических обозначений на географические указания и наименования места происхождения товара в зависимости от того связаны ли все (в случае с наименованием места происхождения товаров) или какой-либо определенный этап производства товара (в случае с географическим указанием) с географическим регионом его происхождения. Такой подход представляется более проработанным по сравнению с положениями Женевского акта Лиссабонского соглашения, где при дифференциации географических обозначений в отношении обусловленности качества или

свойств товара географической средой используются оценочные категории «исключительно» и «главным образом», которые никак не конкретизируются.

Законодательство ЕС представляется наиболее прогрессивным, детализированным ввиду того, что в ЕС предоставляется охрана и географическим указаниям, и наименованиям места происхождения товара, реализованы дополнительные механизмы охраны соответствующих обозначений, отдельно проработаны средства защиты и механизмы определения нарушенных прав на географические указания и наименования места происхождения товара, которым предоставлена охрана.

Система охраны единого наименования места происхождения товара на региональном уровне в рамках ЕАЭС призвана упростить порядок регистрации и предоставления охраны наименованию на территории сразу всех государств-членов ЕАЭС, а также устранить противоречия в режимах охраны наименований мест происхождения товара. Подобные региональные подходы представляются довольно прогрессивными унифицирующими механизмами охраны наименований места происхождения товара.

В США предусмотрена своеобразная система охраны географических указаний. Анализ нормативно-правовых актов США позволяет заключить, что регистрация географических указаний предусмотрена законодательством о товарных знаках. Охрану географическим указаниям предоставляет закон «О товарных знаках» 1946 г. (так называемый «Акт Лэнхема»). В законе «О товарных знаках» США географические указания не выделяются в качестве особого объекта охраны и не идентифицируются специальным образом, они регистрируются в качестве товарных знаков.

Законодательство КНР оперирует термином географическое указание. Положения об охране географических указаний содержатся в различных нормативно-правовых актах. В то же время, рассматриваемый объект интеллектуальной собственности охраняется в КНР, прежде всего, в соответствии с Законом о товарных знаках, принятым Постоянным Комитетом

Всекитайского собрания народных представителей от 23.08.1982 г.<sup>212</sup> В соответствии с положениями рассматриваемого Закона, географическим указаниям предоставляется охрана в качестве коллективных или сертификационных знаков (абз. 3 ст. 3, абз. 9 статьи 10 Закона о товарных знаках), которые являются видами регистрируемых товарных знаков наряду с непосредственно товарным знаком и знаком обслуживания (абз. 1 ст. 3).

Проведенный анализ законодательства США и КНР в сфере регулирования и охраны географических обозначений позволяет сделать вывод о наличии общего подхода в рассматриваемых странах к охране географических обозначений не в качестве самостоятельного объекта охраны и средства индивидуализации, а с использованием общих режимов охраны товарных, сертификационных и коллективных знаков. Однако законодательство КНР в сфере охраны географических обозначений представляется более детализированным, поскольку реализован специальный режим охраны географического обозначения в качестве непосредственно географического указания, как вида товарного знака. Кроме того, в законодательстве КНР содержатся специальные административные правила регистрации географических указаний, реализована терминологическая самостоятельность географических указаний для целей регистрационных процедур, имеются специальные компетентные органы государственной власти в сфере регистрации и охраны географического указания, что свидетельствует о важной роли государственного регулирования в рассматриваемой сфере правоотношений. Кроме того, на подзаконном уровне в КНР регламентируется охрана географических указаний в сфере сельскохозяйственной продукции.

Анализ положений российского законодательства об охране наименований мест происхождения товаров позволяет сделать вывод о

---

<sup>212</sup> Текст закона на английском языке см.: wipo.int; Official Web-site of the WIPO. Trademark Law of the People's Republic of China <[http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=131395](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=131395)> (последнее посещение – 28 октября 2016 г.)

целесообразности исключения из российского законодательства возможности регистрации наименований мест происхождения товара физическими лицами, не осуществляющими предпринимательскую деятельность.

Вместе с тем, в отношении регистрации и использования в РФ зарубежных наименований мест происхождения товара, которые зарегистрированы в стране происхождения и исключительные права на которые принадлежат в стране происхождения лицам, не являющимся производителями товаров, а также ввиду особой значимости деятельности различных ассоциаций по популяризации географических обозначений товаров повсеместно, вывод о необходимости расширения круга правообладателей наименований мест происхождения товара за счет таких субъектов (помимо производителей товаров) представляется справедливым.

Отсутствие четких международно-правовых основ разграничения понятий «наименование места происхождения товара», «географическое указание», «указание происхождения» приводит к неоднозначности в восприятии обозначенных объектов в законодательстве разных стран.

Отсутствие четких критериев разграничения таких объектов как указание происхождения, наименование места происхождения товара, географическое указание на международно-правовом уровне в международных документах, посвященных праву интеллектуальной собственности, а также использование различной терминологии в законодательстве разных стран приводят к тому, что под указаниями происхождения в различных странах понимаются различные объекты и в их отношении устанавливаются различные правовые режимы.

Сущностные характеристики наименования места происхождения товара и указания происхождения, рассмотренные выше, а также различные международно-правовые нормы, регулирующие охрану анализируемых объектов, позволяют сделать вывод об отсутствии у них общности режимов международно-правовой охраны.

Закрепление в статье 2 Парижской конвенции указания происхождения в качестве объекта промышленной собственности наряду со средствами индивидуализации представляется не соответствующим современным реалиям правового регулирования торговых отношений ввиду того, что указание происхождения – это не средство индивидуализации, а информация о товаре, размещение которой может быть обязанностью продавца в соответствии с требованиями национального законодательства о защите прав потребителей или защите конкуренции. В таких случаях страна должна указываться с целью установления места нахождения производителя и(или) продавца товара для возможного предъявления требований, вытекающих из нарушения законодательства о защите прав потребителей, о защите конкуренции, а не с целью выработки в сознании потребителей ассоциаций между страной происхождения и определенным уровнем качества товаров, произведенных на ее территории, что в большинстве случаев выглядит несправедливым и некорректным. Более точным представляется подход к указанию происхождения, закрепленный в Мадридском Соглашении 1891 г. Термин «указание происхождения» в отличие от наименования места происхождения товара предлагается считать не видом промышленной собственности (одним из средств индивидуализации), а дополнительным механизмом защиты прав участников производственно-торговых отношений, используемым преимущественно в сфере защиты конкуренции и защиты прав потребителей.

Анализируя факторы влияния географического объекта на особое свойство, качество товаров, маркируемых географическим обозначением, а также объекты индивидуализации можно заключить, что связь людского фактора с тем или иным географическим районом, влияние соответствующей географической среды на ту или иную услугу нивелируются тем обстоятельством, что людской фактор (без связи с природным) может быть реализован где угодно с учетом современной мобильности населения и современных повсеместно развитых условий производства и оказания услуг.

Ввиду этого представляется нецелесообразным и противоречащим индивидуализирующим особенностям географических обозначений их использование в отношении услуг. В связи с этим вызывает сомнение и людской фактор, как критерий ассоциации товара, маркируемого географическим обозначением, с той или иной географической средой.

Единственным объективным фактором, опосредующим индивидуализирующее свойство географических обозначений, предлагается считать природный фактор.

При анализе опыта коллизионно-правового регулирования в разных странах отношений, складывающихся в сфере охраны интеллектуальной собственности, отмечается, что дифференцированные подходы в зависимости от объекта промышленной собственности не встречаются. Если такое регулирование предусмотрено, то оно распространяется на все объекты промышленной собственности.

Тем не менее, при определении интеллектуального статуса применительно к географическим обозначениям, а именно в случае определения правового статуса такого обозначения, как объекта интеллектуальной собственности, вопросов возникновения, прекращения и содержания исключительного права на соответствующее обозначение, наиболее справедливой коллизионной привязкой предлагается считать право страны происхождения географического обозначения, а не право страны, где испрашивается охрана (классическая коллизионная привязка интеллектуального статуса) ввиду того, что именно правовая система страны происхождения придает географическому обозначению его особый правовой статус, а также влияет на возможность охраны в других странах. Территориальный принцип действия исключительных прав в данном случае справедливо ограничивается для целей объективного поиска права, наиболее тесно связанного с отношениями. Это представляется возможным ввиду того, что если по каким-либо критериям географическое обозначение, зарегистрированное в одной стране, не удовлетворяет охраноспособности в

другой, то возникает ситуация, когда реальное географическое обозначение, индивидуализирующее товар, заслуживший высокую репутацию и получивший широкое распространение в мире не получает охрану в стране импорта этих товаров, что в свою очередь создает серьезные риски распространения «поддельных» товаров, вводящих потребителя в заблуждение относительно их происхождения и качества.

Таким образом, модернизация правового регулирования географических обозначений должна продолжаться как на международно-правовом, так и национально-правовом уровне, ввиду значительной роли данных объектов охраны промышленной собственности в развитии мировой и национальных экономик, а также их особого значения в сознании потребителей.

## Библиография

### I. Нормативно-правовые акты:

#### **1.1. Международные договоры:**

1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г.
2. Бернская конвенция об охране художественных и литературных произведений, 1886 г.
3. Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 г.
4. Стрезская конвенция по использованию наименований мест происхождения и наименований сыров 1951г.
5. Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации 1958 г.
6. Международное соглашение по оливковому маслу 1963.
7. Стокгольмская конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности, 1967 г.
8. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г.

#### **1.2.1. Документы Европейского союза:**

1. Регламент ЕС №2081/92 от 14 июля 1992 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных продуктов и продовольственных товаров»

2. Регламент ЕС №510/2006 от 20 марта 2006 г. «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и пищевых продуктов»;

3. Регламент Европейского Парламента и Совета ЕС №1151/2012 от 21 ноября 2012 г. «О схемах качества для сельскохозяйственной продукции и продуктов питания»

### **1.2.2. Документы Содружества независимых государств и Евразийского экономического союза.**

1. Минское Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний 1999 г.

2. Договор о Евразийском экономическом союзе 2014 г. (Приложение № 26 - «Протокол об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности»).

### **1.3. Национальное законодательство.**

#### **1.3.1. Нормативно-правовые акты Российской Федерации:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.94 г. N 51-ФЗ.

2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 03.05.2007 №2300-1 (в ред. от 03.07.2016 г.)

3. Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей

продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» от 22.11.1995 N 171-ФЗ.

4. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ.

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 17 сентября 2004 г. N 481 г. Москва «О перечне федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или к заявке на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара» (ред. 2012 г.) – СЗ РФ.

6. Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 27 октября 2016 г. N 472 «Об утверждении порядка заполнения декларации об объеме собранного винограда для производства винодельческой продукции, декларации об объеме винограда, использованного для производства вина, игристого вина (шампанского), и декларации об объеме винограда, использованного для производства винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, с защищенным наименованием места происхождения и полного цикла производства дистиллятов»

7. Приказ Министерства экономического развития РФ от 30 сентября 2015 № 698 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по государственной регистрации наименования места происхождения товара и предоставлению исключительного права на такое наименование, а также предоставлению исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара и выдаче свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара, его дубликата».

8. Распоряжение Правительства РФ от 28 апреля 2015 года N 748-р «О направлении делегации Российской Федерации для участия в качестве наблюдателя в Дипломатической конференции по принятию нового акта Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации (г.Женева, Швейцария, 11-21 мая 2015 года)».

### **1.3.2. Законодательство иностранных государств:**

1. Кодекс потребителя Франции (Закон № 93-949 от 26.07.1993 г.)
2. Закон Франции «О Кодексе интеллектуальной собственности» № 92-597 от 01.07.1992 г.
3. Законе Франции «О сельскохозяйственной деятельности» №99-574 от 9 июля 1999 г.
4. Закон Германии «О товарных знаках и иных обозначениях» 1994 г.
5. Закон США «О товарных знаках» 1946 г. «Акт Лэнхема»
6. Закон КНР «О товарных знаках» 2001 г.
7. «Положением КНР об охране географических указаний» от 16.05.2005 г.
8. Меры КНР по регулированию географических указаний в отношении сельскохозяйственной продукции 2007 г.
9. Закон Республики Беларусь «О географических указаниях» от 17 июля 2002 г. № 127-3
10. Закон Республики Армения «О географических указаниях» от 29.04.2010 г.
11. Закон Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» № 267-П от 30.08.2001 г.

12. Закон Кыргызской республики «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 14 января 1998 г. №7.

13. Закон Швейцарии «Об охране товарных знаков и указаний происхождения» от 28.08.1992.

14. Закон Бразилии «О промышленной собственности» от 14 мая 1996 г. № 9.279

15. Декрет-Закон Кубы «О географических указаниях» от 22 февраля 2002 г. № 228

#### **1.4. Акты негосударственного регулирования:**

1. Модельный Гражданский кодекс для государств - участников СНГ (Постановление Межпарламентской Ассамблеи государств - участников СНГ от 29 октября 1994 г.)

2. Модельный кодекс интеллектуальной собственности для государств-участников СНГ (Постановление Межпарламентской Ассамблеи государств - участников СНГ от 7 апреля 2010 г.)

#### **II. Правоприменительная практика:**

1. Решение Европейского суда, EUR-Lex CELEX 62005J0132, with Cmty. of Roquefort v. Santo, 157 U.S.P.Q. (BNA) 444 (T.T.P.A. 1968), aff'd, 58 C.S.P.A. 1303 (1971).

2. Решение Европейского суда (Fifth Chamber) of 4 March 1999. European Court Reports 1999 I-01301 <<http://eur-lex.europa.eu/legal->

content/EN/TXT/?uri=ecli:ECLI:EU:C:1999:115> (Дата обращения: 04.08.2017).

3. Решение Европейского суда (Second Chamber) of 21 January 2016. Case C-75/15.

<<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionId=9ea7d0f130d5303f8454b1864b3ba05b932c9825851d.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4PaN0Ke0?text=&docid=173685&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1037853>> (Дата обращения: 04.08.2017).

4. Решение Европейского Суда по делу C-312/98 *Division de la Presse et de information // COMMUNIQUE DE PRESSE*. - №82.00. – 7 novembre 2000.-<<http://europa.eu.int/cj/aff/cp0082fr/htm>>

5. Решение Европейского суда от 26 февраля 2008 г. по делу № C-132/05 Европейская комиссия против Германии. (Case C-132/05 *Commission v Germany*, judgment of 26 February 2008).

6. Решение Европейского суда от 18 ноября 2015 г. по делу № T-659/14 *PORT CHARLOTTE Vs EUIPO*.

7. Решение Европейского суда от 20 декабря 2017 г. по делу № C-393/16. *Comite Interprofessionnel du Vin de Champagne v Aldi Sud Dienstleistungs-GmbH & Co. OHG*.

8. Решение Палаты Лордов от 8 февраля 2001 г. по делу *Consorzio Del Prosciutto Di Parma v. Asda Stores Limited and Others*.

9. Решение Верховного суда Ирландии 1984 г. по делу «Уотерфорд» 1984 ILRM 565, 184 FSR 390 (Supreme Court).

10. Решение Апелляционного суда США по Федеральному округу от 22 мая 2003 г. по делу № 02-1407. *CALIFORNIA INNOVATIONS, INC vs PTO*.

11. Решение народного суда Пекина № 1 от 10 февраля 2015 по делу об использовании обозначения «Champagne» и «香槟» («Шампанское» на

китайском языке) между Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne и Beijing Sheng Yan Yi Mei Trading Co Ltd.

12. Решение Верховного суда Японии от 26 сентября 2002, Миншу, Том 56, № 7, С. 1551.

13. Решение органа по разрешению споров ВТО по делу WT/DS 174/R // <[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/174r\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/174r_e.pdf)> (дата обращения 22.05.2018)

14. Решение Суда по интеллектуальным правам от 5 декабря 2017 г. по делу N СИП-237/2017.

15. Решение Суда по интеллектуальным правам от 28 мая 2014 г. по делу № СИП-100/2014.

16. Решение ФАС Московского округа от 06.10.2004 № КА-А40/8397-04 по делу № А40-5779/04-51-76.

17. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа № А46-18318/2011 от 04.12.2013.

### **III. Научная литература:**

#### **3.1. Российская научная литература:**

1. Абрамова Е.Н., Сергеев А.П., Аверченко Н.Н., Грачев В.В., Павлов А.А. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть четвертая. Учебно-практический комментарий (под ред. д.ю.н., проф. А.П. Сергеева). - М.: "Проспект", 2016. СПС Гарант.

2. Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Г.М. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика применения. Практическое пособие - М.: Гардарики, 1997, с. 120.

3. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: Комментарий. – М.: Прогресс, 1977, стр. 34, 159

4. Буробина Е.В. Некоторые аспекты гражданско-правовой защиты прав на средства индивидуализации по законодательству Китая // "Журнал Суда по интеллектуальным правам". Март 2014 г. № 3, с. 42-47
5. Васильева Е.В. Гражданское и торговое право капиталистических государств: Учебник - М., 1993. Изд – Международные отношения, 3-издание, с. 504
6. Гаврилов Э. П., Данилина Е. А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. С. 5.
7. Гаврилов Э.П. Совершенствование законодательства об интеллектуальной собственности: некоторые проблемы // «Патенты и лицензии». 2015 г. № 12. С. 2-8.
8. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны НМПТ // СПС «Консультант Плюс»
9. Гаврилов Э.П., Данилина Е.А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии. 2006. N 1. Стр. 4.
10. Гетьман-Павлова И.В. Международное частное право. Учебник для магистров М.: Юрайт, 2013, 4-е издание. С. 601.
11. Горленко С. А. Проблемы регулирования охраны наименований мест происхождения товаров: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. – Москва, 1994 г
12. Горленко С.А. Наименования мест происхождения товаров в СССР И за рубежом. Патенты и лицензии. 1991г., № 12, стр. 16-20.
13. Горленко С.А. Правовая охрана географических указаний во Франции // Патенты и лицензии №3, 2006. Стр. 11-15.
14. Городов О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения. – М.: Вольтерс Клувер, 2006. – С. 56

15. Григорьев А.Н. Может ли географическое наименование стать товарным знаком? // Интеллектуальная собственность. 1994. - №7-8. – стр. 5.
16. Григорьев А.Н. Географические указания: проблемы правовой охраны на национальном и международном уровнях: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.Н. Григорьев. – М., 1995. С. 18-20, 50, 98.
17. Григорьев А.Н. Европа: Охрана географических указаний. Интеллектуальная собственность. 1994 г., № 1-2, стр.13
18. Гульбин Ю.Т. Исключительные права на средства индивидуализации товаров – наименования мест происхождения товаров : монография / Ю.Т. Гульбин. – Москва: Изд-во «Статут», 2007. – 107с. – ISBN 978-5-8354-0409-4
19. Джермакян В.Ю. Теоретические основы охраны в РФ наименований природных минеральных вод в качестве объектов промышленной собственности. – Москва: ИНИЦ Роспатент. 2001г.
20. Дмитриева Г.К. Международное частное право. Учебник – М.: Проспект, 2012, 3-издание, с. 551.
21. Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // Законодательство и экономика. 2016. N 7. С. 58 - 70; N 8. С. 53 - 61. СПС КонсультантПлюс.
22. Еременко В.И. О правовой охране наименований мест происхождения товаров в России // «Законодательство и экономика», N 5, май 2012 г. СПС Гарант.
23. Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Москва, 2016 – 189 с.
24. Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной

собственности»,

2016.

<[http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/znamenskaya/avtoreferat\\_znamenskaya\\_v\\_s.pdf](http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/znamenskaya/avtoreferat_znamenskaya_v_s.pdf)> (дата обращения: 27.02.2017).

25. Знаменская В.С. Субъекты прав использования наименований мест происхождения товаров // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 10, декабрь 2015 г., с. 33-36 <<http://ipcmagazine.ru/legal-issues/the-subjects-of-the-right-to-use-appellations-of-origin>> (Дата обращения – 22 февраля 2017 г.)

26. Калятин В.О., Козырь О.М., Корчагин А.Д., Маковский А.Л., Орлова В.В., Павлова Е.А., Степанов П.В., Трахтенгерц Л.А., Шилохвост О.Ю. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный) / Отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. М.: КОНТРАКТ; Инфра-М, 2009. С. 719, 720.

27. Лисица В.Н. Право интеллектуальной собственности : монография / В.Н. Лисица. – Рос. акад. наук, Инт. Философии и права СО РАН. – Новосибирск, 2012 г. - стр. 503. – ISBN 978-5-94520-067-8.

28. Луткова О.В. Трансграничные авторские отношения: материально-правовое и коллизионно-правовое регулирование: Диссертация на соискание ученой степени доктора юридических наук: 12.00.03, МГЮА (Университет имени О.Е. Кутафина), Москва, 2018, С. 10.

29. Маковский А.Л., Хлестова И.О. Проблемы унификации международного частного права. М.: ИЗиСП, Юриспруденция, 2012, СПС Консультант.

30. Новоселова Л.А., Кольздорф М.А. Наименование места происхождения товара: проблемы регулирования и направления развития // Хозяйство и право №5, 2017 С. 3-10.

31. Новоселова Л.А. Право интеллектуальной собственности. Средства индивидуализации: Учебник (том 3), под общ. ред. Л.А. Новоселовой, глава 6, Орлова Е.Д. // Статут, 2018, СПС КонсультантПлюс.

32. Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Российская государственная академия интеллектуальной собственности, 2003. <<http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1140789>> (дата обращения: 27.02.2017).

33. Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. / - М., 2003.- 5 стр

34. Нгуен Ван Чанг. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 – М., 2003. С. 23-24.

35. Пирогова В.В. Географические указания (Соглашение о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности – ст.ст.22-24 ТРИПС), 2012 г., СПС Консультант

36. Пирогова В.В. Интеллектуальная собственность в международном частном праве (краткий учебный курс по промышленным правам) // СПС "КонсультантПлюс". 2014

37. Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения. Гражданско-правовая охрана в РФ: сборник схем информационно-справочного характера / Т.Ю. Погребинская. – Москва, Берлин: Инфотропик Медиа, 2011 г., стр 114.

38. Салтыков М.А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВПО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», 2012. <<http://new.search.rsl.ru/ru/record/01005014467>> (дата обращения: 27.02.2017).

39. Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Российский государственный институт интеллектуальной собственности, 2002. <<http://www.law.edu.ru/book/book.asp?bookID=122380>> (дата обращения: 27.02.2017).

40. Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 - Москва, 2002, стр. 15, 24, 63-64, 74.

41. Суспицына М.В. Коллизионное регулирование отношений интеллектуальной собственности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2013 г., с. 52-57.

42. Тахиров Г.И. Совершенствование правовой охраны географических указаний в Республике Таджикистан: дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / Г.И.Тахиров. – М., 2004. – 117с.

43. Трахтенгерц Л.А. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части четвертой): в 2 т. постатейный, том 2, 2-е издание, Горленко С.А., Калятин В.О., Кирий Л.Л. и др. Отв. ред. Трахтенгерц Л.А. ИНФРА-М, 2016. СПС КонсультантПлюс.

44. Хлестова О.И. Внедоговорные обязательства в международном частном праве: монография / отв. ред. И. О. Хлестова. — М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. Норма. ИНФРА М, 2017. С. 10

45. Цитович Л.В, Никишов А.Б., Шабай А.С. // Особенности правового режима наименований мест происхождения товаров в Российской Федерации, 2016 г., СПС Консультант.

46. Шахназаров Б.А. Модернизация права интеллектуальной собственности РФ в условиях членства в ВТО // "LEX RUSSICA (РУССКИЙ ЗАКОН)" №3, 2013 г. С. 291-301.

47. Шахназаров Б.А. Некоторые терминологические аспекты международного права промышленной собственности // «Lex russica (Русский закон)» №8, 2016, СПС Консультант

48. Шахназаров Б.А. Отдельные терминологические вопросы международно-правового регулирования средств индивидуализации // Актуальные проблемы российского права. 2016. №6 (67). Стр. 199.

49. Шахназаров Б.А. Правовое регулирование отношений по трансграничной передаче прав на объекты промышленной собственности: Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Московская государственная юридическая академия им. О.Е. Кутафина. Москва, 2010. Стр. 98.

50. Шелепина Е.А, Анисимова М.Л. Пробелы в правовом регулировании права на наименование места происхождения товара // Правовые проблемы права интеллектуальной собственности // Научно-практические круглые столы Филиала МГЮА им. О.Е. Кутафина в г. Вологде. Стр. 6-15

51. Широкова О.Ю. Виды средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности», 2016. <[http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/shirokova/avtoreferat\\_itog.pdf](http://dis.rgiis.ru/files/dis/d40100102/shirokova/avtoreferat_itog.pdf)> (дата обращения: 27.02.2017).

52. Широкова О.Ю. Указания происхождения товара: опыт Украины, Белоруссии и Таджикистана // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2013. № 10. С. 45-48.

53. Шишкин Д. А. Совершенствование законодательства о наименованиях мест происхождения товаров и географических указаниях // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. 2017. № 2. С. 32-38.

### 3.2. Научная литература на иностранных языках:

1. Antons Christoph, Blakeney Michael, Heath Christopher. Intellectual Property Harmonisation Within ASEAN and APEC // Kluwer Law Internat. 2004. P. 14.

2. Arfini Filippo, Mancini Maria Cecilia, Veneziani Mario. Intellectual Property Rights for Geographical Indications: What is at Stake in the TTIP. // Cambridge Scholars Publishing. 2016. P.8.

3. Arpaia M.M. The Right to Safe Food: A Short Path to the Roots of the International Legal Protection of Food Safety // European Food and Feed Law Review № 12. 2017. P. 340.

4. Audier Jacques. De la nature juridique de l'appellation d'origine // Bulletin de l'OIV, 1993 pp. 21-37.

5. Audier Jacques. Protection of geographical indications in France and protection of French geographical indications in other countries. Symposium on the Protection of Geographical Indications in the Worldwide Context. Eger Hungary. 1997. WIPO 1999. P.239.

6. Audier Jacques. TRIPs Agreement: Geographical Indications. Office for Official Publications of the European Communities, 2000. P. 16.

7. Audier Jacques. World Intellectual Property Organization. Symposium on the International Protection of Geographical Indications. WIPO. 1999. P. 239

8. Augustin-Jean L., Ilbert H., Saavedra-Rivano N. Geographical Indications and International Agricultural Trade. The challenge for Asia, 2012 <[https://books.google.ru/books?id=WljSmkOcn9IC&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz\\_68DYAhXKBiwKH XbSDWY4ChDoAQg-MAM#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=WljSmkOcn9IC&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz_68DYAhXKBiwKH XbSDWY4ChDoAQg-MAM#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения: 11.02.2018).

9. Benavente Daniela. The Economics of Geographical Indications // Graduate Institute Publications, 2013 <[https://books.google.ru/books?id=\\_M-7DQAAQBAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz](https://books.google.ru/books?id=_M-7DQAAQBAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz)

\_68DYAhXKBiwKHxbSDWY4ChDoAQhnMAk> (Дата обращения – 13.02.2018).

10. Bérard Laurence, Marchenay Philippe. From Localized Products to Geographical Indications: Awareness and Action // Centre national de la recherche scientifique Alimentec - 01000 Bourg-en-Bresse. 2008. PP. 17-18.

11. Blakeney M., Coulet Thierry, Getachew Alemu Mengistie and Mahop Marcelin Tonye. Extending the Protection of Geographical Indications. Earthscan from Routledge.2012. P. 25, 26.

12. Blakeney M. The Protection of Geographical Indications: Law and Practice // Edward Elgar Publishing Limited. 2014. P. 21.

13. Blakeney M. Scope of the Intellectual Property Chapter of the Trans-Pacific Partnership Agreement (TPPA) // International Trade Law & Regulation 2015 № 21. P. 14-16.

14. Bramley Cerkia, Bienabe Estelle, Kirsten Johann. Developing Geographical Indications in the South: The Southern African Experience // Springer Science & Business Media. 2013. P. 3.

15. Calboli Irene. Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin Under TRIPs: "Old" Debate or "New" Opportunity? // Marquette intellectual property law review. 2006. P. 186.

16. Calboli Irene. Wee Loon Ng-Loy. Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development, and culture // Cambridge university press. 2017. P. 30, 339

17. Carreño I., Vergano P. R. Geographical Indications, “Food Fraud” and the Fight Against “Italian Sounding” Products // European Journal of Risk Regulation. 2016. P. 418, 419.

18. Clark R., Maire Ni Shuilleabhain. Intellectual Property Law in Ireland. Wolters Kluwer. 2010. P. 127.

19. Conrad Albrecht. The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement, Volume 86 Trademark Rep. 11, 1996. PP. 29–31.

20. Correa Carlos María. Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Commentary on the TRIPS Agreement // Oxford: Oxford University Press, 2007, pp.220–221.

21. Deconinck Koen, Swinnen Johan. The Political Economy of Geographical Indications // American Association of Wine Economists. 2014 <[https://books.google.ru/books?id=Foz7nQAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQg6MAM](https://books.google.ru/books?id=Foz7nQAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQg6MAM)> (Дата обращения – 13.02.2018)

22. Delphine Marie-Vivien. La protection des indications géographiques: France, Europe, Inde // Versailles : Ed. Quae, 2012. P. 240.

23. Delphine Marie-Vivien. The Protection of Geographical Indications in India, 2015 <<https://books.google.ru/books?id=6bSqCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwiB0dT49qrYAhUiDJoKHRaiCUc4ChDoAQgnMAA#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false>> (Дата обращения – 11.02.2018).

24. Devlétian A. La protection de provenance des appellations d'origine et les indications de provenance P. I., 1956, p. 225, 250; 1957, p. 17,35, 58; P. I., 1968, p. 114; C. E. Mascarenas. Les indications de provenance et les appellations d'origine, P. 1., 1959, p. 252. Цит. по: Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: комментарий. М.: Прогресс, 1977. С. 34.

25. Division de la Presse et de l'information // COMMUNIQUE DE PRESSE. - №82.00. – 7 novembre 2000 <<http://europa.eu.int/cj/aff/cp0082fr/htm>>

26. Echols Marsha A. Geographical Indications for Food Products: international legal and regulatory perspectives // Wolters Kluwer. 2008. P. 18.

27. Eike Ullmann. Der schutz der Angabe zur geographischen Herkunft – wohin? – Die geographische Herkunftsangabe im Wettbewerbsrecht und im Markenrecht // GRUR. 1999. P. 666-673.

28. Emily Nation. Geographical indications: the international debate over intellectual property rights for local producers. 2011, p. 970 <[http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final\\_s.pdf](http://lawreview.colorado.edu/wp-content/uploads/2013/11/13.-Nation-final_s.pdf)> (Дата обращения: 28.10.2016).
29. Farrand B. Two Continents, Divided by Deep Philosophical Waters? Why Geographical Indications Pose a Challenge to the Completion of the TTIP // European Journal of Risk Regulation № 7. 2016. P. 271, 272
30. Franson Paul: how 40 years of Agricultural preservation transformed Napa Valley; <[https://napavintners.com/downloads/Napa\\_Ag\\_Preserve\\_Essay.pdf](https://napavintners.com/downloads/Napa_Ag_Preserve_Essay.pdf)>. (Дата обращения: 04.08.2017).
31. Gangjee Dev. Melton Mowbray and the GI pie in the sky: exploring cartographies of protection // Intellectual Property Quarterly. 2006, № 3 P. 299
32. Gangjee Dev S. Relocating the Law of Geographical Indications // Cambridge university press. 2012. P. 11.
33. Gangjee Dev S. Research Handbook on Intellectual Property and Geographical // Edward Elgar Publishing Limited. 2016. P. 234.
34. Gangjee Dev S. GIs beyond wine: time to rethink the link? // International Review of Intellectual Property and Competition Law. 2017. P. 3
35. Gervais Daniel. The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis. Second Edition. London.: Sweet and Maxwell, 2003, P.184-211.
36. Gragnani M. The EU Regulation 1151/2012 on Quality Schemes for Agricultural Products and Foodstuffs // European Food and Feed Law Review. 2013 № 8. P.377.
37. Jiang Ying. Protecting Foreign Geographic Indications in China. By King & Wood's Trademark Group. 2012 <<http://www.chinalawinsight.com/2012/01/articles/intellectual-property/protecting-foreign-geographic-indications-in-china/>> (Дата обращения: 04.08.2017).

38. Kapur Anu. Made Only in India: Goods with Geographical Indications // Routledge, 2016

<[https://books.google.ru/books?id=2jBEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz\\_68DYAhXKBiwKHxbSDWY4ChDoAQhSMAY#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=2jBEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwit7Jz_68DYAhXKBiwKHxbSDWY4ChDoAQhSMAY#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения – 13.02.2018)

39. Kennedy Makafu. Protection of Geographical indication: to be or not to be in the EPA between the EAC and EU // VDM Publishing. 2011

<<https://books.google.ru/books?id=e54XYAAACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj887zq-MDYAhVKBiwKHZT8B3Q4FBD0AQg9MAQ>>

(Дата обращения – 13.02.2018).

40. Knaak R. Die Rechtsprechung des European Gerichtshof Zum Schutz geografischer Angaben und Ursprungsbezeichnungen nach der EG – Verordnung Nr. 2081/92//GRUR – 2000. - №5. – S. 40 Цит. По: Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: диссертация канд. юрид. наук: 12.00.03 / М.Н. Соколова. – М., 2002. С. 63-64.

41. Latha R. Nair, Rajendra Kumar. Geographical Indications: A Search for Identity // LexisNexis, Butterworths. 2005. P. 182.

42. Li Yuncheng. Protection of Geographical Indications in China <<http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=841c7089-5db1-4d80-a7be-947992f00e13>>

(Дата обращения – 05.05.2017).

43. Macmillan Fiona, Bowrey Kathy. New Directions in Copyright Law, Volume 3 // Edward Elgar Publishing Limited. 2006. P. 47.

44. Maonera Felix. Extension of the Additional Geographical Indications for Wines and spirit to other products: Developing a SADC position // SATRN. 2003. P. 27

45. Moretti G. The registration of geographical indications for non-agricultural products in France and its impact on proposed EU legislation // European Intellectual Property Review. 2016. pp. 686-696.
46. Nanda Nitya. The Protection of Geographical Indications in India: Issues and Challenges. Briefing Paper // TERI. 2013. P. 5-6.
47. O'Connor Bernard. The Law of Geographical Indications // Cameron May. 2004. P. 62.
48. Paus Marguerite. Geographical Indications and Rural Development: Governance and territorial impact, illustrated by case studies // Omniscryptum GmbH & Company Kg., 2012 <[https://books.google.ru/books?id=Kz24NAEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQgnMAA](https://books.google.ru/books?id=Kz24NAEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQgnMAA)> (Дата обращения – 13.02.2018).
49. Rangnekar D. The Socio-economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe // UNCTAD-ICTSD. 2004. P. 18.
50. Rangnekar D., Kumar S. Another Look at Basmati: Genericity and the Problems of a Transborder Geographical Indication // The Journal of World Intellectual Property. 2010, № 13, P. 202.
51. Repas M., Kerestes T. The certification mark as a new EU-wide industrial property right // International Review of Intellectual Property and Competition Law. 2018. № 49 (3), P.309.
52. Rogits D. EU geographical indications v US trademarks: TKO against the international harmonisation of the protection of geographical indications? // Intellectual Property Quarterly. 2010. № 4. P. 501.
53. Singh Vandana. The Law of Geographical Indications: Rising Above the Horizon // Eastern Law House. 2017 <<https://www.amazon.in/Law-Geographical-Indications-Rising-horizon/dp/8171773176>> (Дата обращения – 13.02.2018).
54. Sosnitza Olaf. What rules should govern claims by suppliers about the national or geographic origin of their goods or services

<<https://www.ligue.org/uploads/documents/cycle%202016/Rapports%202016/RapportBallemagne.pdf>> (Дата обращения: 16.02.2017).

55. Tapan Kumar Rout, Bidyadhar Majhi. WTO, TRIPS, and Geographical Indications (GIs) // New Century Publications, 2014 <<https://books.google.ru/books?id=L VXOnQEACAAJ&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwj887zq-MDYAhVKBiwKHZT8B3Q4FBD0AQhQMAc>> (Дата обращения – 13.02.2018).

56. Teshager W. Dagne. Intellectual Property and Traditional Knowledge in the Global Economy // Routledge. 2015 <[https://books.google.ru/books?id=6ndsBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC\\_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQhVMAc#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false](https://books.google.ru/books?id=6ndsBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Geographical+Indications&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwifx5yC_MDYAhWFKCwKHbqdBm84HhDoAQhVMAc#v=onepage&q=Geographical%20Indications&f=false)> (Дата обращения – 13.02.2018).

57. Treppoz E. International Choice of Law in Trademark Disputes From a Territorial Approach to a Global Approach // Columbia journal of law & the arts № 37:4, 2014. P. 558.

58. Urteil vom 24.02.2010, Az.: 2a O 295/09 [5] Цит. по: Вернигора Т. А. Цель причинения вреда как признак злоупотребления исключительным правом // Основы экономики, управления и права № 3 (15) / 2014 г., с. 87.

59. Viju Crina, May T. Yeung, Kerr W. A. Geographical Indications, Barriers to Market Access and Preferential trade agreement. 2012 <[https://www.researchgate.net/publication/238596562\\_Geographical\\_Indications\\_Barriers\\_to\\_Market\\_Access\\_and\\_Preferential\\_Trade\\_Agreements](https://www.researchgate.net/publication/238596562_Geographical_Indications_Barriers_to_Market_Access_and_Preferential_Trade_Agreements)> (Дата обращения – 13.02.2018)

60. Yves van Couter, Florence d'Ath. Protecting the Origin of Foodstuffs in the European Union Indications of Origin and Trademarks as Intellectual Property Tools // European Food and Feed Law Review № 11. 2016. P. 293, 295

61. Zhang L., Bruun N.. Legal transplantation of intellectual property rights in China: resistance, adaptation and reconciliation // International Review of Intellectual Property and Competition Law . 2017, № 48 (1) P. 20

62. Zografos Daphne. Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions. 2010. P. 176.

### **3.3. Интернет-ресурсы:**

1. <<http://kolomnapastila.ru/>> (Дата обращения: 18.05.2017).

2. Federal Trade Commission. Official Web site. <https://www.ftc.gov/public-statements/1997/12/enforcement-policy-statement-us-origin-claims>

3. <http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-35305-14>

4. Napa Valley trademark wins legal battle <<http://english.ipraction.gov.cn/article/News/MediaReport/201609/20160900108448.shtml>>. (Дата обращения: 04.08.2017).

5. O'Connor and Company European lawyers. Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members. <[http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc\\_135088.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf)> (дата обращения: 13.07.2017).

6. Баттахов П.П. История развития законодательства о средствах индивидуализации <<https://m.cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-zakonodatelstva-o-sredstvah-individualizatsii>> (Дата обращения: 24 января 2017 г.) Бобров М.Е. Средства индивидуализации товаров, работ и услуг как объекты интеллектуальных прав: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2013. <<http://www.izak.ru/theme/upload/bobrov->

m\_23\_01\_2015\_ba83065327df035d8e074acc71c74cca.pdf> (дата обращения: 27.02.2017).

7. Горленко С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров. <<https://m.cyberleninka.ru/article/n/95-04-019-gorlenko-s-a-pravovaya-ohrana-naimenovaniy-mest-proishozhdeniya-tovarov-vseros-nii-pat-inform-m-vniipr-1994-102-s>> (дата обращения: 6.02.2016).

8. Горленко С.А. Совершенствование международной системы правовой охраны наименований мест происхождения товаров и географических указаний <[http://www.rupto.ru/press/news\\_archive/inform2015/present\\_konf/Gorlenko.pdf](http://www.rupto.ru/press/news_archive/inform2015/present_konf/Gorlenko.pdf)> (дата обращения: 26.11.2015).

9. Доклад Рабочей группы по присоединению РФ к ВТО, ст. 1265 <<https://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/importExport/tsouz/docs/docladRG.pdf>> (дата обращения – 26.11.2015).

10. Информационно-правовая система законодательство стран СНГ [http://base.spinform.ru/show\\_doc.fwx?regnom=9254&page=1&content=text\\_info&login=yes](http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?regnom=9254&page=1&content=text_info&login=yes)

11. Официальный сайт Бюро по контролю за торговлей и налогообложением алкогольной и табачной продукцией Казначейства США: [https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition\\_USA](https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition_USA) (Дата обращения 05.05.2017)

12. Официальный сайт Бюро по контролю за торговлей и налогообложением алкогольной и табачной продукцией Казначейства США: <[https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition\\_USA](https://www.ttb.gov/appellation/index.shtml#definition_USA)> (Дата обращения – 05.05.2017).

13. Официальный сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности <<http://www.wipo.int/about-ip/ru/>> (Дата обращения: 26.11.2015).

14. Руководитель Роспатента Григорий Ивлиев открыл V Международный Форум, посвященный актуальным вопросам развития

сферы интеллектуальной собственности  
<[http://www.rupto.ru/press/news\\_archive/inform2017/mguaforum](http://www.rupto.ru/press/news_archive/inform2017/mguaforum)> (Дата обращения - 20.02.2017 г.).

15. Сайт Федеральной службы интеллектуальной собственности (Роспатент) <  
[http://www.rupto.ru/about/reports/2016/otchet\\_2016\\_ru.pdf](http://www.rupto.ru/about/reports/2016/otchet_2016_ru.pdf)> (Дата обращения: 04.08.2017).