

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М. В. Ломоносова

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

БАКАЛАВРИАТ

«Правовая охрана наименования места происхождения товара»

Дипломная работа
Чуевой Елены Юрьевны

Научный руководитель
кандидат юридических наук, доцент
Измайлова Евгения Владимировна

Рецензент
кандидат юридических наук, доцент
Сидорова Татьяна Энгмаровна

Дата защиты: «___» _____ 201__ г.

Оценка: _____

Москва
2018 г.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Наименование места происхождения товара как вид средства индивидуализации.....	6
1.1.Понятие наименования места происхождения товара.	6
1.2.Особые свойства товара как критерий охраноспособности НМПТ	17
1.3.Географическое указание в Российской Федерации	26
Глава 2. Право на НМПТ и система его охраны.....	37
2.1.Исключительное право на НМПТ	37
2.2.Правовые механизмы защиты прав на НМПТ	46
Заключение	55
Нормативные правовые акты	58
Список использованной литературы.....	64
Электронные ресурсы	58
Судебная и правоприменительная практика	65

Введение

Наименование места происхождения товара, как одно из средств индивидуализации, известно многим правовым порядкам. Оно призвано, в первую очередь, сохранять веками сложившиеся традиции производства, информировать потребителей о характеристиках товара и обособлять продукцию правообладателей среди множества однородных товаров, тем самым предоставляя им существенное преимущество на рынке.

Существующий подход к регулированию данного института, в частности, к определению особых свойств товара, процедуре регистрации и системе контроля за их сохранением, показал свою неэффективность. На сегодняшний день по данным Государственного реестра наименований мест происхождения товаров в РФ зарегистрировано всего 169 обозначений, несмотря на то, что система охраны действует с 1992 года. Малочисленность регистраций свидетельствует о недостатках регулирования и низкой привлекательности использования данного средства индивидуализации в глазах производителей. В то же время нельзя не признать, что без подобного инструмента невозможно было бы предоставлять необходимую защиту производителям редких и уникальных товаров, производимых в определенных регионах нашей страны.

В последний год отмечается некоторое повышение интереса к НМПТ со стороны государственных органов. Роспатент активно взаимодействует с органами исполнительной власти субъектов, в частности, путём обращений к руководителям субъектов Российской Федерации, организации и участия в конференциях, круглых столах, совещаниях, затрагивающих проблематику НМПТ¹.

По данным Департамента информационной политики и специальных проектов Министерства сельского хозяйства РФ, изложенным в проекте Концепции поддержки и продвижения сельхозпродукции, продуктов питания и напитков с наименованием места происхождения товара (НМПТ) (доклад от 10

¹ Рекомендации круглого стола на тему «Региональные бренды: опыт, задачи, перспективы» // Журнал Суда по интеллектуальным правам. Научно-практический журнал. - М.: Правовая поддержка, 2014. – С.10

июля 2017 года), реализация Концепции позволит в 2025 году увеличить экспорт продукции с зарегистрированными НМПТ до 27 млрд рублей, а объем замещенного продовольственного импорта может составить 83 млрд рублей¹. Среди приоритетных задач Концепции указано совершенствование правового регулирования института².

Более того, надлежащая защита НМПТ может стать стимулом конкурентного поведения в среде производителей, чьи товары не обозначаются этой маркировкой, вынуждая их внедрять инновационные методы производства, улучшать качество товаров их ассортимент, что, несомненно, положительно скажется на развитии торговых отношений³.

Актуальность исследования в данной области обусловлена относительным застоем в регулировании данного института – со времен принятия первого закона, регламентирующего правовую охрану наименования мест происхождения товаров (далее – НМПТ), в данной сфере не производилось практически никаких изменений. В то же время, вступление России в ВТО, образование ЕАЭС, накопление большого массива противоречивых законов и подзаконных актов, так или иначе упоминающих НМПТ и вызывающих проблемы на практике, свидетельствует о необходимости поиска законодателем оптимального способа реформирования данной области.

Целью данной работы являются анализ механизма правовой охраны наименования происхождения товаров в Российской Федерации, выявление пробелов законодательства, регулирующего эту сферу.

Задачами работы в рамках поставленной цели являются:

¹ В Минсельхозе обсудили Концепцию поддержки продвижения российских продуктовых суббрендов [Электронный ресурс] // URL: <http://mcx.ru/press-service/news/v-minselkhoze-obsudili-kontseptsiyu-podderzhki-prodvizheniya-rossiyskikh-produktovykh-subbrendov/> (дата обращения: 30.11.17).

² [Электронный ресурс] URL: <http://www.ros-soya.ru/proekt-kojcepcii.pdf> (дата обращения: 30.11.17).

³ Calboli Irene, Gervais Daniel. The Socio-Economic Aspects of Geographical Indications of Origin // Worldwide Symposium on Geographical Indications, Budapest, October 20-22, 2015. 39-49. Research Collection School Of Law. [Электронный ресурс] // URL: http://ink.library.smu.edu.sg/sol_research/1950 (дата обращения: 30.11.2017).

1. Раскрытие понятия наименования места происхождения товара в российском законодательстве, основных критериев охраноспособности данного средства индивидуализации.
2. Выявление соотношения между смежными объектами, индивидуализирующими товар, имеющий определенное географическое происхождение, в том числе путем сравнительно-правового анализа.
3. Всесторонний анализ целесообразности введения в Гражданский Кодекс нового объекта исключительных прав – Географического указания.
4. Характеристика содержания исключительного права на НМПТ и механизмов его защиты.

Для решения этих задач проанализировано действующее федеральное законодательство, законодательство субъектов, подзаконные нормативно-правовые акты, а также большой пласт решений и позиций антимонопольных органов и судебной практики. В рамках сравнительно-правового анализа института изучены различные подходы к регулированию подобных институтов в зарубежных странах. Помимо этого, были изучены труды российских и иностранных ученых, занимающихся данной проблематикой, в частности, работы Ю.Т. Гульбина, Э.П. Гаврилова, М.А. Салтыкова и многих других.

Глава 1. Наименование места происхождения товара как вид средства индивидуализации

1.1. Понятие наименования места происхождения товара

Средства индивидуализации представляют собой, по выражению С.А. Сударикова, маркетинговые обозначения, отличающие определенные товары, услуги, а также лица от других¹. Потребности торгового оборота позволяют выделить две группы средств индивидуализации: обозначения, прямо индивидуализирующие товары, и обозначения, косвенно индивидуализирующие товары². Среди средств, косвенно обособляющих товары, называют коммерческие обозначения, промышленные образцы, доменные имена. К первой группе следует отнести, прежде всего, товарные знаки, наименования места происхождения товаров³. О последних и пойдет речь в данной работе.

Во все времена, начиная с зарождения международной торговли, определенные товары были тесно связаны с конкретными регионами или населенными пунктами, из которых они происходили. Это обуславливалось различным климатом, особенностями почв, навыками местных фермеров, ремесленников или другими условиями, непосредственно влияющими на качество товаров. В Древней Греции мы славимся такие обозначения, как мрамор из Пароса или Пентелли, вино из Хиоса и Родоса и керамика из Танагры. В эпоху Цезаря в Риме стали широко известны такие географические указания на вино, как Фалерн, именуемое так по названию местности⁴.

Неизвестно, являлись ли эти обозначения предметом каких-то особых правил в древние времена. Однако в Средневековье уже известны некоторые

¹ Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности: Учебник. М.: Проспект, 2010. С – 223.

² Коммерческое право: учебник для академического бакалавриата/ Е.А. Абросимова, А.Т. Амиров, В.А. Белов [и др.]; под общ.ред. Б.И. Пугинского, В.А. Белова, Е.А. Абросимовой. – 5-е изд., перераб. и доп.- М. : Издательство Юрайт, 2016. – 471 С. – Серия : Бакалавр. Академический курс. – С. 133.

³ Там же.

⁴ Asland John. Protection of Geographical Indications – What is it and What’s in it for Norway? – Thoughts from the Outskirts of Europe // Bond law review, 2005, 17. p. 12-14.

положения законов относительно ложных указаний на местность производства товаров¹.

С ростом сельскохозяйственной и ремесленной специализации отдельных регионов мира этот институт приобретает все большее значение. Как правовая же категория географические обозначения оформляются в конце XIX - начале XX века, когда на государственном уровне утверждается закономерность зависимости особых свойств товара от места его изготовления. При этом подавляющее влияние на современный облик системы географических обозначений в большинстве стран оказала, разумеется, Франция с ее гастрономическими и винодельческими традициями².

В России правовая охрана НМПТ впервые была введена в 1992 году Законом РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-1 "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" (далее по тексту – Закон «О товарных знаках»)³.

Одна из причин возникновения этого средства индивидуализации в российском праве – назревшая в 90-е годы прошлого века необходимость масштабной модернизации всего гражданского законодательства. Для того чтобы на равных участвовать в экономических отношениях с иностранными государствами с устоявшимся развитым регулированием средств индивидуализации, а также привести национальное законодательство в соответствие с международными стандартами, российскому законодателю необходимо было ввести ряд новых институтов, в том числе, наименование места происхождения товаров.

На данный момент с введением в действие части четвертой Гражданского Кодекса РФ с 1 января 2008 г. правовая охрана НМПТ осуществляется на основании общих положений глав 69 и 76 Кодекса, преимущественно

¹ Там же.

² Albrecht Conrad. The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement // The Trademark Reporter, 11 (1996) p 17-20.

³ Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиям мест происхождения товаров» // «Ведомости Съезда Народных Депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации» от 22 октября 1992 г. N 42 ст. 2322.

параграфа 3, называемого "Право на наименование места происхождения товара".

Сравнительный анализ положений ранее действовавшего Закона РФ "О товарных знаках» и соответствующей главы ГК РФ показывает, что, в сущности, правовое регулирование НМПТ в России со времени принятия ФЗ 1992 года не претерпело практически никаких изменений.

Согласно законодательному определению, наименованием места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является 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 факторами¹.

Из этой дефиниции можно вывести ряд существенных черт, составляющих специфику данного правового института.

Во-первых, НМПТ представляет собой *обозначение*, причем, только в словесной форме. Этим объясняется относительно небольшое разнообразие и однородность данных средств индивидуализации по сравнению, например, с товарным знаком, который, как известно, может быть также графическим, звуковым и т.д. Эта особенность вызвана самой сущностью НМПТ как средства индивидуализации, одной из его функций – доведения до сведения потребителей информации о конкретном географическом месте производства товара. Однако, опыт зарубежных стран показывает, что такие ограничения совершенно не обязательны. В некоторых странах распространены графические образы мест, символы и эмблемы, принятые в качестве географических

¹Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ. // СПС «Консультант Плюс».

указаний. Например, изображение знаменитой горы в Швейцарии, Маттерхорн, согласно швейцарскому законодательству, является географическим указанием, которое свидетельствует о том, что продукт изготовлен именно в данном государстве¹. Как и для товарных знаков, в США имеется возможность для регистрации графических, цветовых, звуковых географических указаний².

Такой категоричный подход, допускающий использование только словесного обозначения в качестве НМПТ, не отвечает потребностям торгового оборота. Средства индивидуализации призваны обособлять в обороте конкретный вид товаров из множества однородной продукции, вызывая в сознании потребителей устойчивые ассоциации между товаром, местом его производства и обозначением. Не вызывает сомнения тот факт, что рядовые потребители при принятии решения о покупке того или иного продукта склонны ориентироваться скорее на графические, цветовые образы, как обладающие гораздо большей различительной способностью, нежели словесные обозначения. Ограничение выражения НМПТ лишь через словесные знаки может привести к использованию графического изображения известного географического объекта в качестве товарного знака в отношении товара, не имеющего какого-либо отношения к этому объекту. Разумеется, все это может ввести потребителей в заблуждение.

Во-вторых, НМПТ всегда обозначает *географический объект*. Закон допускает возможность различных вариантов наименований этих объектов: полное и сокращенное, современное или историческое и т.д.

Географический объект, в границах которого производится товар с защищенным НМПТ, понимается иначе, нежели административно-территориальная единица, как правило, не равняется ей. Такими объектами могут быть не только собственно населенные пункты, но и природные объекты: река, озеро, горы. Часто в Реестре местность описывается довольно подробным

¹ Present Section 3 of Part II of the TRIPS Agreement on geographical indications [Электронный ресурс] // [URL]: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/ta_docs_e/modules4_e.pdf (дата обращения: 01.12.2018).

² United States Patent and Trademark Office. Geographical Indication Protection in the United States. [Электронный ресурс] // URL: https://www.uspto.gov/sites/default/files/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/gi_system.pdf (дата обращения: 01.12.2018).

образом вплоть до километра, отдельной скважины (если речь идет о минеральной воде¹), иногда же ограничиваются лишь указанием области (Астраханская область как защищенное НМПТ в отношении арбузов²). Такое понимание согласуется с законодательством РФ о наименованиях географических объектов³. Из смысла п. 92 Административного регламента по НМПТ можно сделать вывод, что для цели справедливой защиты НМПТ речь должна идти об объекте физической географии, границы географического объекта которого могут быть описаны с помощью естественных границ местности⁴.

В виду этого, необоснованным и не отвечающим данному критерию охраноспособности выглядит охрана НМПТ «Русская водка», зарегистрированная в Роспатенте под номером 65⁵. Границы места изготовления определены как территория России в целом. Вызывает сомнение, что на столь обширной территории с самыми разнообразными природными и иными условиями может производиться алкоголь идентичного качества, что крайне важно для продукции с НМПТ. Определение местности, в которой может производиться товар с особыми свойствами, через административно-территориальные границы, является чисто формальным и вызывает немало вопросов. К примеру, смогут ли производители, находящиеся на вновь присоединенных к России территориях теперь получить исключительное право

¹Сведения о регистрации НМПТ «минеральная вода Вологодская» [Электронный ресурс] // URL: http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=104&TypeFile=html (дата обращения: 11.04.2018).

²Сведения о регистрации НМПТ «астраханские арбузы» [Электронный ресурс] // URL: http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=104&TypeFile=html (дата обращения 11.04.2018).

³Федеральный закон от 18 декабря 1997 г. N 152-ФЗ "О наименованиях географических объектов" (с изменениями и дополнениями // СЗ РФ. 1997. N 51, ст. 5718; 2008. N 30. ст. 3616; N 44, ст. 4997; 2012, N 29, ст. 3979.

⁴Приказ Минэкономразвития России от 30.09.2015 N 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" // СПС «Консультант Плюс».

⁵сведения о регистрации обозначения «Русская водка» [Электронный ресурс] // URL: http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=65&TypeFile=html (дата обращения: 10.04.2018).

на НМПТ «Русская водка»? Представляется, что ответ на данный вопрос будет отрицательным, поскольку исторически товар принадлежал другому государству и не был известен потребителям на вновь присоединенной территории именно как «русская водка».

Поэтому более обоснованно рассматривать обозначение «русская водка» по отношению к алкогольной продукции, происходящей с территории России, в качестве географического указания, понятие которого и его соотношение с НМПТ будет раскрыто ниже.

В 2010 году в статью 1516 ГК РФ, раскрывающую понятие НМПТ, были внесены изменения, существенно его расширяющие. Изменение распространило охрану также на обозначение, не включающее само название географического объекта, но, тем не менее, позволяющее идентифицировать товар как происходящий из определенного места, и ставшее известным в результате использования данного обозначения в отношении товара, особые свойства которого отвечают соответствующим требованиям¹. Среди исследователей существует мнение, что таким образом Закон вводит новое средство индивидуализации – географическое указание, по содержанию аналогичное институту, раскрытому в Соглашении по Торговым Аспектам Прав Интеллектуальной Собственности от 15 апреля 1994 года². Сторонники указанной позиции даже предлагают и вовсе исключить понятие «наименование места происхождения товара» и заменить его на «географическое указание»³. Однако в дальнейшем будет показано, что изменение понятия НМПТ в контексте этого дополнения в статье 1516 ГК РФ и институт географического указания в упомянутом соглашении имеют неодинаковое содержание.

В-третьих, основополагающим сущностным признаком НМПТ является то, что товар, производимый в определенной местности должен обладать *особыми*

¹Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

²Салтыков, М. А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав : Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д-ра юрид. наук. М., 2012. С. 16.

³ Там же, С. 17.

свойствами, объективно зависимыми от «природных и(или) людских факторов» географического объекта производства. Такие факторы могут выражаться в особенностях климата, почв, иных ресурсов, традиционной технологии производства товара и т.п. Данный признак НМПТ в настоящее время вызывает немало вопросов в правоприменительной практике, поэтому более глубоко этот вопрос будет освещен в следующем параграфе настоящей работы.

Нельзя обойти вниманием важный фактор – обозначение должно стать *известным* в результате его использования в отношении товара, обладающего особыми свойствами. Это означает, что для того, чтобы НМПТ было зарегистрировано, в данной местности товар должен производиться довольно длительное время, чтобы в сознании потребителя определенный уровень качества товара начал ассоциироваться именно с данным обозначением. В последующем свидетельство об исключительном праве на НМПТ может быть выдано всем производителям, чьи товары отвечают законным требованиям, то есть последующее его обладатели не прикладывают каких-либо усилий для продвижения НМПТ. В этом уже нет необходимости, так как обозначение уже известно широкому кругу лиц как вызывающее доверие и служащее гарантией качества. Это отличает НМПТ от всех остальных средств индивидуализации, в частности, от товарных знаков, обладатели которых при их создании и регистрации вынуждены принимать меры по «раскрутке» товарных знаков, вступая в жесткую конкурентную борьбу.

Кроме того, поскольку наименование географического объекта признается охраноспособным только в отношении с уже производящегося на данной территории продукта, что должно быть подтверждено заключением уполномоченного органа, невозможно зарегистрировать НМПТ до начала производства такого товара в указанной местности. Сложившуюся практику регистрировать средства индивидуализации, известные неопределенному кругу

потребителей как знак качества, Э.П. Гаврилов назвал "попыткой предпринимателей загребать жар чужими руками"¹.

Специальное требование известности обозначения позволяет сделать вывод о том, что при предоставлении ему охраны известность необходимо доказать. Однако возникает вопрос: каким образом происходит доказывание известности обозначения, насколько широкой должна быть эта известность?

Подпункт 7 пункта 34 упоминавшегося Административного Регламента содержит примерный перечень документов, которые при подаче заявки на регистрацию НМПТ или предоставление права на ранее не зарегистрированное НМПТ заявитель обязан предоставить в Роспатент для подтверждения известности испрашиваемого обозначения. В частности, там указаны документальные упоминания о заявленном обозначении в различных литературных источниках, сведения о результатах опроса потребителей товара по вопросу известности заявленного обозначения, проведенного специализированной независимой организацией и т.д.²

Попытка четко установить способы подтверждения известности обозначения, несомненно, вызывает одобрение. Тем не менее, приведенные выше нормы все же не разрешают вопрос о том, каким образом устанавливаются границы известности особых свойств: должен ли потребитель знать *все* особые свойства, указанные в Реестре; на каком уровне обозначение должно быть известным (местном, региональном и т.д.). Законодательство оставляет здесь место для широкой дискреции регистрирующего органа, поэтому субъективный фактор здесь довольно велик. Такая неопределенность вызывает у некоторых авторов сомнения в целесообразности сохранения этого

¹Гаврилов Э.П., Гаврилов К.М. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров: необходимы серьезные изменения // Патенты и лицензии. 2014. N 4. С. 25 - 36.

² Приказ Министерства Экономического развития 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 " № 40256 [Электронный ресурс] // URL: http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/documents/russian_laws/order_mert/prik_mert_698_300920_15 - (дата обращения 20.02.2018).

признака НМПТ как необходимого¹. В качестве аргумента против приводится также отсутствие требования известности обозначения для предоставления ему правовой охраны в международно-правовых актах и в законодательстве большинства стран.

Исходя из буквального толкования понятия НМПТ, данного в статье 1516 ГК РФ, анализируемое средство индивидуализации может относиться лишь к *товару*, как материальному, овеществленному результату производства. Лица, услуги не могут быть индивидуализированы с помощью наименования места происхождения товара. Причем, несмотря на отсутствие в законе каких-либо ограничений, фактически охрана может быть предоставлена лишь некоторым видам товаров, что является несомненным препятствием в предоставлении правовой охраны иной продукции.

Кроме того, что НМПТ должно обозначать именно *товары* с особыми свойствами, причем товары должны быть *однородными*. Это требование прямо не вытекает из закона, однако следует из существа НМПТ, по такому пути идут и суды. Продемонстрировать, как в правоприменительной практике оценивается этот критерий, можно с помощью известного дела, инициированного таможенным органом, заявившем требование о привлечении организации к ответственности по ст. 14.10 КоАП РФ за незаконное использование НМПТ. Поводом к судебному разбирательству стало то, что организация, не являющаяся правообладателем НМПТ, предоставила декларацию на импорт новогодних шаров, производимых в Китае, расписанных в техниках народного промысла (Гжель, Хохлома, Жостово), зарегистрированные в качестве НМПТ, с целью ввести их в оборот на территории РФ. Разрешая дело, суды посчитали, что данный товар не является контрафактным и нарушающим права обладателя исключительного права на данные средства индивидуализации, поскольку продукция представляла собой

¹ Салтыков, М. А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав : Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д-ра юрид. наук. -М., 2012. -26 с.

не металлические подносы (товары, в отношении которых зарегистрированы НМПТ), а изготовленные из пластика шары¹.

Согласно свидетельству о праве на НМПТ «Жостово» охраняются "изделия художественно-декоративного и утилитарно-бытового назначения, выполненные в стиле русской лаковой росписи на металле (подносах)"². Суд указал, что, хотя в свидетельстве определены особенности жостовской орнаментальной живописи, описаны формы, цветовая гамма подносов, технические особенности создания изделий, установленная ст. 14.10 КоАП РФ административная ответственность за незаконное использование НМПТ или сходных с ними обозначений может быть применена лишь для однородных товаров, то есть подносов.

В данном контексте также интересно аналогичное дело, в котором суд признал незаконным решение антимонопольного органа о привлечении производителя к административной ответственности за введение в оборот на территории РФ изделий (фигурок в виде лошадей) с имитацией росписи в технике «гжель» без согласия правообладателя зарегистрированного НМПТ «ГЖЕЛЬ». Однако, в отличие от вышеприведенного дела, в обоснование своего решения суд ссылаясь вовсе не на неоднородность продукции, в отношении которой зарегистрировано НМПТ, и товара, на котором используется традиционная роспись и в отношении которого обозначение не зарегистрировано. Отсутствие состава правонарушения суд мотивировал тем, что антимонопольным органом не было доказано использование импортером НМПТ "ГЖЕЛЬ" путем размещения данного словесного обозначения на ввезенных товарах, их упаковке, на этикетках, либо было использовано иными способами, указанными в пункте 2 статьи 1519 Гражданского кодекса РФ³. Такой вывод суда представляется ошибочным, поскольку для потребителя

¹ Постановление Суда по интеллектуальным правам от 5 декабря 2014 г. N C01-1168/2014 по делу N A57-3990/2014. // СПС «Консультант Плюс».

² Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения в России и за рубежом., дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2015., С. 119-120.

³ Постановление Суда по интеллектуальным правам от 16 сентября 2015 г. N C01-767/2015 по делу N A19-17485/2014 // СПС «Консультант Плюс».

различительной способностью обладают именно узнаваемые цветовые сочетания, орнамент, характерные исключительно для данной техники росписи, поэтому именно их использование, а не наличие на изделии словесного обозначения «гжель» является определяющим. Такая негативная практика является еще одним доводом в пользу расширения возможности регистрации в качестве НМПТ не только слов и словосочетаний, но и графических изображений, рисунков, что особенно актуально для изделий народного творчества.

Подводя итог общей характеристике НМПТ, его особенностей, можно сказать, что НМПТ – один из видов средств индивидуализации, представляющий собой словесное обозначение, специфика которого состоит в установлении объективной связи между уникальностью товара определенного вида и географической средой, в которой он производится. НМПТ характеризуется собственным набором критериев охраноспособности. Специфика этих критериев, а также особое назначение наименование места происхождения товара обуславливает необходимость установления особой системы правовой защиты обозначения.

1.2. Особые свойства товара как критерий охраноспособности НМПТ

Как уже было сказано выше, для того, чтобы обозначению стать НМПТ, необходимо, чтобы товар, производимый в границах определенной местности под этим обозначением, имел особые свойства, обусловленные природными или людскими ресурсами местности. В этих особых свойствах кроется экономическая ценность данного института. Выдающиеся характеристики продукции позволяют производителям назначать на нее справедливую премиальную цену, способствуя при этом увеличению прибыли. Маркетинговые исследования, проводимые в различных странах, показывают, что покупатели готовы приобретать товар под такой маркировкой, предполагающей наличие в нем особых свойств, по гораздо более высоким ценам, нежели любую другую однородную продукцию¹. Это связано с возросшим уровнем благосостояния населения подавляющего числа стран, пропагандируемой ориентацией на здоровый образ жизни, потребление натуральных продуктов и многими другими факторами. В России эта тенденция пока не так очевидна, но все же прослеживается, и есть все основания полагать, что интерес к продукции с НМПТ будет в дальнейшем лишь возрастать. Это говорит о том, что законодателю стоит обратить пристальное внимание на правовую регламентацию этого сегмента рынка.

Как следует из определения, особые свойства должны быть непременно обусловлены природными или людскими факторами, либо же и природными и людскими факторами одновременно.

При такой формулировке может возникнуть вопрос: если особые свойства обусловлены исключительно людскими факторами, в частности, с особой техникой производства, ремесленными навыками и умениями жителей конкретного региона, их производственными традициями, то почему невозможно использование этих знаний и навыков этими людьми в границах любой другой местности?

¹ Irene Calboli and Daniel Gervais. The Socio-Economic Aspects of Geographical Indications of Origin // Worldwide Symposium on Geographical Indications, Budapest, October 20-22, 2015. 39-49. Research Collection School Of Law. URL: http://ink.library.smu.edu.sg/sol_research/1950 (дата обращения: 30.11.2017).

В действительности, даже в том случае, если специфика товара зависит исключительно от людского фактора, и никак не связана с природными условиями, возможны ситуации, когда перенос производства в другую местность может привести к утрате товаром особых свойств. Этот вопрос действительно имеет большое прикладное значение и возникал в практике, преимущественно, в отношении такого специфического объекта охраны, как изделия традиционного народного творчества. Так, в соответствии с абз. 3 ст. 3 ФЗ "О народных художественных промыслах"¹, местом традиционного бытования народного художественного промысла признается территория, характеризующаяся особенностями социально-бытовой инфраструктуры и возможностью нахождения в ее пределах необходимых сырьевых ресурсов. На невозможность переноса производства изделий традиционного народного промысла указывает и Верховный Суд². Ведь социально-бытовая структура это ни что иное, как традиционный уклад жизни конкретной общности людей, особенности их культуры, специфика которой, несомненно, обусловлена влиянием природной среды. Художники, народные мастера издавна вдохновлялись окружающей их местностью, использовали в своем ремесле имеющиеся на данной территории природные богатства (древесина, металлы, камни, и т.д.), поэтому связь географических условий с результатами народных промыслов самая непосредственная.

Однако невозможно не отметить, что, если технология производства требует только специальных знаний и умений, отрыв этих традиций и опыта от географического источника происхождения и перенос на новые территории, в новые регионы может привести к тому, что НМПТ превращаются в видовые, общеупотребительные для данного вида товаров обозначения. Такие обозначения обоснованно выведены законом из сферы правовой охраны НМПТ. «Не признается наименованием места происхождения товара

¹ Федеральный закон от 06.01.1999 N 7-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О народных художественных промыслах" // СЗ РФ 1999, N 2, ст. 234; 2004, N 35, ст. 3607; 2005, N 50, ст. 5248; 2006, N 52 (ч. I), ст. 5497; 2007, N 27, ст. 3213; 2008, N 30 (ч. II); 2012, N 53 (ч. 1), ст. 7581; ст. 3616; 2017, N 31 (Часть I), ст. 4783.

² Решение Верховного Суда РФ от 15.06.2001г. № ГКПИ01-874 // СПС «Консультант Плюс».

обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее наименование географического объекта, но вошедшее в Российской Федерации во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его производства»¹. Такое законоположение направлено на предотвращение размывания, выхолащивания содержания понятия НМПТ.

Для признания обозначения вошедшим во всеобщее употребление необходимым условием является установление «разрыва» связи в сознании потребителей между названием географического объекта и определенной территорией – местом производства товара.

Обозначение, вошедшее в широкий обиход или какую-либо отрасль производства как название самого товара, становится видовым понятием товара, неотделимым от него. Вследствие этого, такое наименование не может служить средством обособления и этого товара на рынке и указателем источника его происхождения. Иными словами, большинство потребителей должно воспринимать соответствующее название как обозначение одного и того же товара, производимого в различных географических объектах, но не отличающегося по своим качественным характеристикам, особым свойствам².

В силу того, что свойство «общеупотребительности» как правовая категория недостаточно четкое и не имеет каких-либо явных рамок, производители, иные заинтересованные лица обосновывая в соответствующих органах и суде необходимость признания права на НМПТ недействительным в силу того, что такое обозначение вошло во всеобщее употребление, нередко прибегают к разнообразным социологическим опросам для ответа на вопрос, связывают ли потребители обозначение с происхождением товара из конкретного географического объекта.

Существуют также Методические рекомендации по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на регистрацию товарных

¹Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ. // СПС «Консультант Плюс».

² Решение Палаты по патентным спорам от 22.03.2007. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/old/96716041/96716041-2007.03.22.pdf> (дата обращения - 02.04.2018)

знаков и знаков обслуживания, в пункте 3.2. которых признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида, были названы:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;

- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара или товаров того же вида выпускаемых различными производителями;

- применение обозначения в течение длительного времени¹.

Несмотря на то, что данные рекомендации фактически регулируют оценку с точки зрения распространенности другой вид индивидуализирующих обозначений, товарных знаков, представляется возможным и необходимым ввиду отсутствия такого акта в отношении НМПТ применять их по аналогии и к общеупотребительным наименованиям места происхождения. По этому пути идут и суды, ссылаясь в своих решениях на эти Рекомендации².

Однако важно отметить, что современная практика исходит из того, что наличие на рынке обозначения, содержащего наименование или указание на определенный географический объект, но ставшего по сути родовым, общеупотребительным для определенных видов товаров, отнюдь не исключает охрану такого обозначения как НМПТ, если в пределах этого географического объекта действительно производится товар, обладающий специфическими свойствами. Но это допустимо лишь в том случае, если свойства товара реально выделяют его из ряда товаров, производимых под одноименным обозначением.

Разрешение подобных споров требует осторожного и дифференцированного подхода. Сложности, возникающие на практике, вызваны тем, что ввиду несовершенства законодательства в настоящий момент

¹ Методические рекомендации по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания утв. приказом Роспатента от 31 декабря 2009 года N 198 // СПС «Консультант Плюс».

² Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 09.06.2009 по делу N А56-45515/2008 // СПС «Консультант Плюс».

отсутствует единый подход к описанию «особых свойств товара». Между тем, этот критерий охраноспособности, как уже отмечалось, является основополагающим для предоставления обозначению правовой охраны. Административный регламент Роспатента в общем виде описывает те показатели, которые при регистрации обозначения и предоставления права на ранее зарегистрированное обозначение, должны приниматься во внимание¹. Однако недостаточная четкость требований приводит к тому, что описания особых свойств, становятся излишне абстрактными и субъективными, при желании их можно подвести к любому товару². Такое положение является недопустимым.

Ввиду сложившейся неопределенности на данный момент существует судебная практика, допускающая охрану НМПТ в отношении товаров, свойства которых могут быть воспроизведены в иных географических условиях иными производителями³. В этом отношении показательна длительная история судебных разбирательств по поводу обозначения «Адыгейский сыр». Поводом для дела стало обращение четырех производителей из самых разных регионов страны (Брянская область, Чувашская республика, Красноярский край, Ростов-на-Дону) в Роспатент с возражением относительно предоставления правовой охраны НМПТ «Адыгейский сыр». Заявители утверждали, что данное обозначение вошло во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его изготовления. Кроме того, существуют действующие ГОСТы Р53379-2009 "Сыры мягкие. Технические условия", которые подробным образом описывают технологический процесс

¹ Приказ Минэкономразвития России от 30.09.2015 N 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" // СПС «Консультант Плюс».

² Салтыков, М. А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2012. С. 15.

³ Решение Суда по интеллектуальным правам от 25.04.2017 по делу N СИП-48/2017 // СПС Консультант Плюс, Постановление девятого арбитражного апелляционного суда от 22.05.2012 №09АП-10076/2012 по делу №А40-910/12-12-18 // СПС «Консультант Плюс».

промышленного производства мягкого сыра под названием "адыгейский сыр" и приводят соответствующие показатели, которым он должен соответствовать. Таким образом, любой производитель, при условии соблюдения всех указанных в ГОСТе правил, может изготовить аналогичный продукт. Тем не менее, заявители получили отказ в удовлетворении возражения, и правовая охрана НМПТ была оставлена в силе. Суды всех инстанций, включая Верховный Суд, также заняли позицию Роспатента.

Такое толкование закона фактически лишает смысла правовую охрану НМПТ, призванного выделять лишь уникальную продукцию. Кроме того, это приводит к возникновению производителей, изготавливающих товар в определенной местности, и обладающих исключительным правом на использование НМПТ, необоснованных конкурентных преимуществ по сравнению с товаропроизводителями, изготавливающими товар аналогичный по свойствам, но в другом уголке страны.

Также на практике нередко также возникает вопрос: насколько идентичными должны быть особые свойства товаров, изготавливаемых под одним НМПТ разными лицами? Есть ли какие-либо четкие критерии тождественности?

Согласно п. 7.3. ранее действовавшего Административного регламента от 29 октября 2008 г. № 328, к заявке на предоставление права на ранее зарегистрированное НМПТ, находящееся на территории Российской Федерации, должно быть приложено заключение уполномоченного органа, определяемого в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, о том, что в границах конкретного географического объекта заявитель производит товар, обладающий *основными* особыми свойствами, указанными в Реестре НМПТ РФ¹. При этом ни одним из нормативно-

¹ Приказ Минобрнауки РФ от 29.10.2008 N 328 Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам государственной функции по организации приема заявок на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявки на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара, их рассмотрения, экспертизы и выдачи в установленном порядке свидетельств Российской Федерации. // СПС «Консультант Плюс».

правовых актов не давалось разъяснения, какие из свойств товара считать «основными» особыми свойствами либо просто особыми свойствами, а также разграничение и характеристика основных и неосновных особых свойств товара. Это усложняло практическое применение норм Административного регламента.

В практике нередки случаи, когда несколькими производителями под одним и тем же наименованием в оборот вводятся однородные товары с несколько различающимися особыми свойствами, но обусловленными условиями одной географической среды. Примером может служить использование названия «Дагестан», охраняемого как НМПТ, несколькими производителями коньяка, находящимися в границах Республики Дагестан. Свойства коньяка, изготавливаемого этими производителями, различаются (например, коньяк ГУП «Кизлярский коньячный завод», ЗАО «ВКЗ Избербашский» имеет крепость 40%, а бренди ОАО «Дербентский коньячный комбинат» - 42%¹).

Такое положение дел, разумеется, неблагоприятно для потребителя, получающего, по сути, недостоверную информацию о приобретаемом им товаре. Такая сомнительная практика и неоднозначность нормативных положений о НМПТ в этой части вызывают обоснованную критику исследователей. Так, М.А. Салтыков считает, что исключительное право на НМПТ может быть предоставлено лишь лицу, товар которого обладает всеми особыми свойствами, указанными в реестре².

В действующем Административном регламенте положение о необходимости при подаче заявки на регистрацию НМПТ приложить заключение уполномоченного органа о соответствии товара особым свойствам, исключено определение «основные»³. Разумеется, это изменение стоит

¹Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения в России и за рубежом., дисс. на соиск.уч. ст. канд. юр.наук., М., 2015. С. 104.

²Салтыков, М. А.П равовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав :Автореф. дисс. на соиск. уч. степ.д-ра юрид. наук. М., 2012. С. 16.

³ Приказ Министерства Экономического развития от 30 сентября 2015 № 698 "Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности

оценивать положительно, однако практика предоставления исключительного права на НМПТ, со свойствами не в полной мере идентичными сохраняется.

Перечисленные проблемы, вызванные таким неоднозначным пониманием «особых свойств» товара, требуют серьезных изменений в законодательстве. Для этих целей разумно обратиться к богатому зарубежному опыту в данной сфере, прежде всего, разумеется, к практике Европейского Союза, где такая продукция занимает значительный сектор сельского хозяйства. В настоящее время в Европейском Союзе успешно применяется практика принятия формализованных стандартов, именуемых в буквальном переводе Спецификациями, для товаров, маркируемых географическими индикаторами¹. Уполномоченные органы тщательно разрабатывают Спецификации и строго контролируют соответствие товаров содержащимся в них показателям. Данные меры способствуют поддержанию высокого уровня качества товаров и ежегодному стабильному расширению данного рынка.

Адаптированный под особенности отечественной правовой системы, подобный подход способен устранить злоупотребления, связанные с использованием НМПТ в России. Это обеспечит единообразное предоставление правовой охраны товарам всех производителей, сделает ее объективной и обоснованной.

Изложенное выше позволяет сделать следующие выводы. Наличие в товаре, маркируемым наименованием места происхождения, особых свойств, зависящих от определенного географического объекта, как основополагающий критерий охраноспособности этого обозначения, исключает перенос

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 " № 40256 [Электронный ресурс] // URL:

http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/documents/russian_laws/order_mert/prik_mert_698_30092015 - дата обращения 20.04.2017.

¹ Commission Regulation (EU) No 401/2010 of 7 May 2010 amending and correcting Regulation (EC) No 607/2009 laying down certain detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 479/2008 as regards protected designations of origin and geographical indications, traditional terms, labelling and presentation of certain wine sector products [Электронный ресурс] // URL: <http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=8908> (дата обращения: 12.02.2018)

производства товара в другую местность. В противном случае товар либо лишается этих особых свойств, либо превращается в видовой товар, что влечет прекращение специфической правовой охраны. Особое значение именно этого признака НМПТ требует изменения подхода к выявлению и описанию особых свойств в целях повышения определенности и единообразия в практике уполномоченных органов.

1.3. Географическое указание в Российской Федерации

Всестороннее полноценное исследование НМПТ невозможно без упоминания о таком явлении, как Географическое Указание (ГУ). Относительно необходимости и целесообразности введения этого института в ГК РФ в литературе на сегодняшний день идут споры. Вступая в эту дискуссию, необходимо, прежде всего, определиться с понятием «географическое указание» и его соотношением с НМПТ.

В настоящее время существует три понятия, так или иначе характеризующих связь свойств товара с его происхождением: указание происхождения, географические указания и наименования места происхождения товара. В различных международных актах и национальных законах они имеют отнюдь не одинаковое значение, что, несомненно, вызывает определенные трудности. Развитие международного товарообмена связано с необходимостью предоставлять одинаковый режим правовой охраны как отечественным, так и иностранным производителям, поэтому в данной сфере давно назрела потребность в унификации терминов.

Характеризуя в наиболее общем виде соотношение этих трех понятий, следует отметить, что главное отличие в них состоит в степени зависимости свойств товара от природных условий. Так, указание происхождения лишь информирует потребителя о месте производства товара, не связывая его с определенными ожиданиями качества.

В работе "Введение в интеллектуальную собственность", изданной ВОИС, сказано: "указание происхождения" включает любое наименование, указание, обозначение или другой знак, который относится к данной стране или к расположенному в ней месту, вследствие чего передается представление, что товары, маркированные этим указанием, происходят из этой страны или места". И далее: "наименования места происхождения" имеют более ограниченное значение и могут считаться специальным видом указания происхождения"¹. Аналогичным образом понятие указания происхождения, закреплено в

¹Введение в интеллектуальную собственность. ВОИС, 1998. С. 395.

Мадридском соглашении о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах, в котором Россия не участвует¹.

Парижская конвенция 1883 г., ратифицированная Россией, признает неправомерное использование указания происхождения актом недобросовестной конкуренции и обязывает страны, к которым применяется данная Конвенция, обеспечить эффективную защиту правообладателей от использования третьими лицами ложных указаний².

Таким образом, главное отличие указания происхождения от НМПТ состоит в отсутствии требования определенной репутации товара, происходящего из данного географического места, как необходимого. На указание происхождения не регистрируется и не защищается исключительное право, однако защита от неправомерного использования указаний может осуществляться на основании статьи 14.2 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции", согласно которой не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе в отношении места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара.

Что касается ГУ, Гражданский Кодекс на данный момент не признает их самостоятельным средством индивидуализации. Между тем, Российская Федерация участвует в Минском соглашении от 4 июня 1999 г., которое предусматривает двухуровневую систему географических обозначений, обязывая стран-участниц включить в национальное законодательство помимо норм о НМПТ, также положения об охране прав на ГУ.

Согласно статье 1 Минского соглашения географические указания - это обозначения, которые идентифицируют происхождение товара из территорий сторон или их регионов, или местностей, где качество, репутация либо другие характеристики товара *в значительной степени* соотносятся с его

¹ Мадридское Соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. (пересмотрено в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Ницце 15 июня 1957 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г.) // СПС «Консультант Плюс».

²Маковский А.Л., Хлестова И.О. Проблемы унификации международного частного права. М., 2012. С. 376.

географическим происхождением¹. Из этого определения следует, что ГУ занимает промежуточное положение между указанием происхождения, которое обозначает лишь место изготовления продукции, и не имеет никакого отношения к каким-либо гарантиям качества, и наименованием места происхождения товара. Свойства товара с географическим указанием обусловлены природными условиями местности, в границах которой он производится, однако эта связь не столь глубокая, как в случае с НМПТ.

Стоит отметить, что среди стран, ратифицировавших Минское соглашение, так же, как и РФ, далеко не все восприняли двухуровневую систему защиты географических обозначений. Так, в Азербайджане на данный момент осуществляется охрана лишь географических указаний², в Туркменистане, как и в РФ, охраняются лишь НМПТ³, Армения вовсе отказалась от формулировок Соглашения и практически целиком восприняла систему охраны географических обозначений, действующую в Европейском Союзе, предусмотрев охрану географических указаний, наименований мест происхождения и гарантированного традиционного продукта⁴. Таким образом, Минскому соглашению не удалось гармонизировать нормы о средствах индивидуализации в договаривающихся государствах. Договор ЕАЭС, вступивший в силу 29 мая 2014 года, дословно повторяющий положения Минского соглашения в этой части⁵, также сыграл какой-либо значимой роли в этом вопросе.

В связи с вступлением Российской Федерации в ВТО 22 августа 2012 года, частью российской правовой системы стало Соглашение ТРИПС,

¹ Соглашение от 04.06.1999 "О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний" утв. Постановлением Правительства РФ от 15.10.2001 N 726. // СПС «Консультант Плюс».

² Закон Азербайджанской Республики от 12 июня 1998 г. "О товарных знаках и географических указаниях" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=2701 (дата обращения: 14.02.2018)

³ Закон Туркменистана от 23 октября 2008 г. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=25076 (дата обращения: 14.02.2018).

⁴ Закон Республики Армения от 22 мая 2010 г. N ЗР-60 "О географических указаниях" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=67786 (дата обращения: 12.02.2018).

⁵ Договор о Евразийском экономическом союзе Подписан в г. Астане 29.05.2014 // СПС «Консультант Плюс».

регулирующее правовую охрану интеллектуальной собственности в рамках данной международной организации.

В данном акте не содержится положения об указаниях происхождения и НМПТ, соглашение регламентирует лишь вопросы, связанные с географическим указанием. Так, в статье 22 Соглашения ТРИПС под географическими указаниями понимаются «обозначения, которые идентифицируют товар как происходящий с территории, или региона, или местности на этой территории, где определенное качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени связываются с его географическим происхождением¹». Как видно из определения, его содержание идентично вышеупомянутому понятию Минского соглашения.

Соглашение не предусматривает необходимости регистрации географического указания как объекта интеллектуальной собственности. Такой способ защиты географического указания в своем национальном законодательстве может предусмотреть при желании каждая договаривающаяся сторона. Главное, на что направлено включение такого института в соглашение - это необходимость пресечения фактов недобросовестной конкуренции путем введения потребителей в заблуждение относительно места происхождения товара и гарантия для потребителей соответствия товара особым свойствам.

Очевидно, что нормы о ГУ в Соглашении ТРИПС предусматривает лишь минимальный стандарт защиты прав на данные обозначения. Эту позицию в ходе многосторонних переговоров в Доха поддерживали, в первую очередь, США. Европейский Союз напротив, продвигал идею об усиленной защите продукции с ГУ, в частности, идею создания международной системы регистрации таких обозначений, которая позволила бы производителям из стран ЕС получать приоритетную защиту своих товаров в странах, где система защиты географических обозначений не столь развита².

¹Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS). Заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г. // СПС «Консультант плюс».

² Folkson Carina. Geographical Indications and Rural Development in the EU, 2005 at p. 87, [Электронный ресурс] // URL: biblioteket.ehl.lu.se/olle/papers/0000429.pdf. (дата обращения: 16.02.2018).

Дело в том, что подходы в правовом регулировании данных средств индивидуализации в этих государствах принципиально различаются. В целях всемерной защиты своих производителей в ЕС учреждена особая (*sui generis*) система охраны продукции с географическими обозначениями. Регламентом ЕС предусматривается два вида географических указаний: охраняемые указания происхождения (PDO – *protected designations of origin*) и охраняемые географические указания (PGI – *protected geographical indications*). PDO и PGI различимы по степени зависимости характеристик продукта от особенностей географической среды определенного географического объекта и привязанности к нему процесса производства продукта. Правовыми актами Союза предусматривается официальная регистрация обоих обозначений специально уполномоченным органом – Комиссией ЕС, и опубликование сведений о зарегистрированных объектах, а также строгая система контроля за сохранением свойств продукции.

В США подход принципиально иной – защита географических обозначений осуществляется там с помощью распространения на них режима коллективных товарных знаков¹.

Анализируя нормы Соглашения ТРИПС, можно сделать вывод о том, что включение в него положений о Географических указаниях не привнесло ничего принципиально нового в вопросе их охраны и защиты на международном уровне по сравнению с уже действовавшими актами. Поэтому утверждения некоторых авторов о том, что географическое указание требует включения в перечень средств индивидуализации именно в целях выполнения международных обязательств России в рамках ВТО, несостоятельны². Тот уровень защиты, который ТРИПС требует от стран-участниц ВТО вполне обеспечивается нормами о НМПТ и ФЗ «О защите конкуренции».

Однако неразрешенным остался вопрос: действительно ли в России имеется потребность введения нового средства индивидуализации –

¹ Verret Valerie. Protecting Geographical Indications in the United States // Baker Botts L.L.P., Dallas, Texas, USA.

² Еременко В.И. Наименования мест происхождения и географические указания: международно-правовой аспект // "Законодательство и экономика", 2016, N 7. С – 15.

географического указания – и предоставления ему особой, повышенной правовой защиты?

Из всех действующих законов РФ на данный момент только в одном содержится термин «географическое указание» - в ФЗ "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. Впервые он был употреблен в законе после внесения в него соответствующих изменений от 18 января 2011 года. Данный закон говорит о «винодельческой продукции с защищенным географическим указанием» и «защищенным наименованием места происхождения» (далее – защищенное НМП).

Как соотносятся эти понятия по смыслу данного Федерального закона? Ответ на этот вопрос можно вывести, обратившись к пунктам 24 и 25 статьи 2 данного закона. «Винодельческая продукция с защищенным наименованием места происхождения - винодельческая продукция, производство которой, в том числе розлив, осуществляется в границах географического объекта, указываемого на различных видах этикеток, потребительской таре, и которая произведена из определенных техническими документами сорта или смеси сортов винограда, произрастающего и переработанного в границах данного географического объекта, и обладает свойствами, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами, используемыми агротехническими мероприятиями и технологическими приемами¹».

В свою очередь, признаки «защищенного географического указания» существенно отличаются. Согласно закону, в отличие от винодельческой продукции с защищенным НМП, продукция с защищенным географическим указанием характеризуется тем, что:

¹ Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 03.07.2016)"О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" // СПС «Консультант Плюс».

- 1) Не весь объем, а не менее 85 процентов винограда, из которого изготавливается винодельческая продукция должно быть выращено в границах данного географического объекта, а остальной использованный для производства такой продукции виноград может быть выращен в границах субъекта Российской Федерации, в котором расположен данный географический объект;
- 2) Такая винодельческая продукция должна обладать особыми свойствами, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями¹.

Из приведенных отличий можно сделать вывод, что, во-первых, связь особых свойств товара в случае с географическим указанием не такая явная, устойчивая, определяется лишь природными, но не людскими факторами.

Во-вторых, все этапы непосредственного производства алкогольной продукции как в случае с защищенным географическим указанием, так и с защищенным НМП, должны происходить в границах одной географической местности. Однако винодельческая продукция с защищенным географическим указанием может быть изготовлена частично из сырья, в данной местности не произрастающего, но исключительно в границах того же субъекта РФ.

В законе сказано лишь, что определение географических объектов, в границах которых осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, с защищенным НМП, относится к полномочиям органов государственной власти субъектов РФ в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции². В законах субъектах обычно дополняется также, что установление этих границ происходит по предложению саморегулируемой организации виноградарей и виноделов данного субъекта. Как правило, непосредственно установление границ относится к компетенции

¹Там же.

² Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.03.2017) // СПС «Консультант Плюс».

исполнительных органов субъектов (правительств, министерств), которые в качестве такого объекта обыкновенно определяют территорию всего субъекта¹.

На практике положения статей 2 и 6 рассматриваемого Федерального закона в их взаимосвязи часто толкуют как исключаящие возможность совместного принятия двумя и более субъектами нормативного правового акта по определению таких географических объектов. В частности, на это в своем письме от 13.02.2017 N 21/126 указывает Министерство сельского хозяйства². Однако на практике ситуации, когда защищенное географическое указание и защищенное НМП охватывает территорию более чем одного субъекта, не исключены³.

Подобное регулирование не соответствует сущности института географического указания. Такое средство индивидуализации, как НМПТ и географическое указание не может быть привязано к административно-территориальному делению, ведь особые свойства товара определяются спецификой природных условий, характерных для местности. И административные границы в данном случае не показатель схожести этих условий. Если цель законодателя при установлении такого странного ограничения состояла в том, чтобы максимально обеспечить схожесть свойств винограда, используемого при производстве продукции с защищенным географическим указанием, то можно было позволить использовать сырье, произрастающее в сходных или аналогичных природно-географических условиях, причем совершенно необязательно, что административно-территориальная единица должна быть одной.

¹ Постановление Правительства Республики Дагестан от 1 октября 2015 г. N 271 "Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, и о внесении изменения в Положение о Министерстве сельского хозяйства и продовольствия Республики Дагестан" // СПС «Консультант Плюс».

² Письмо Министерства сельского хозяйства от 13 февраля 2017 г. N 21/126 // СПС «Консультант Плюс».

³ Постановление Правительства Севастополя от 29 сентября 2015 года № 901-ПП Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, и признании утратившим силу постановления правительства Севастополя от 13.07.2015 N 624-ПП "Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием." // СПС «Консультант Плюс».

Более глубокое изучение вопроса показывает, что приведенные в ФЗ критерии разграничения защищенных географических указаний и защищенных НМП основные, однако, не единственные. Так, согласно ГОСТу, утвержденному Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1298-ст, для вин защищенного географического указания и защищенного наименования происхождения установлены различные значения содержания этилового спирта, кислот, экстрактов, показатели установлены максимально подробно, вплоть до одной десятой доли процентов¹.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что по смыслу рассматриваемого ФЗ защищенное географическое указание является средством индивидуализации алкогольной продукции, однако ввиду отсутствия норм о нем в ГК РФ, оно не является охраноспособным результатом интеллектуальной деятельности. На защищенное географическое указание по рассматриваемому закону не устанавливается исключительного права, не осуществляется его регистрация и т.д. Также необходимо отметить, что НМПТ по смыслу Гражданского Кодекса и защищенное НМП по смыслу Федерального закона – не совпадающие понятия. Это приводит к возникновению двух параллельных систем маркировки, причем на один в отношении одного и того же товара могут использоваться оба обозначения.

Ввиду этого представляется целесообразным включить в соответствующую главу Гражданского Кодекса РФ понятие «географическое указание» и предусмотреть процедуру регистрации этого объекта интеллектуальной собственности, с предшествующей ей экспертизой свойств товара и выдачей заключения уполномоченным органом. Тогда субъекты РФ могли бы единообразно применять эти положения при определении границ географических объектов, механизма охраны исключительных прав на географическое указание. Это исключило бы возможность появления на

¹ГОСТ Р 55242-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Вина защищенных географических указаний и вина защищенных наименований места происхождения. Общие технические условия" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 N 1298-ст) // М.: Стандартинформ, 2013.

региональном уровне таких странных понятий, как, например, в Законе Республики Дагестан - «вино защищенного географического наименования»¹. Такие коллизии свидетельствуют о явных противоречиях в этой законодательной сфере.

Мнения о необходимости введения географических указаний на данном этапе развития законодательства об интеллектуальной собственности придерживаются многие авторы². Это устранило бы пробелы и коллизии гражданского законодательства и существенно расширило бы гарантии правовой охраны производителей, изготавливающих продукцию, не подпадающую под строгие критерии охраны НМПТ, однако особые свойства которой все же обусловлены, пусть и в меньшей степени спецификой местности. В условиях малочисленности регистраций такое искусственное сужение возможностей для индивидуализации производителями своих товаров, нельзя назвать эффективным для целей поддержки предпринимательской активности и привлечения инвестиций в регионы.

Для предоставления правовой охраны географическим указаниям в законе необходимо установить, что товар должен обладать качеством и репутацией, в значительной степени обусловленной природными или людскими условиями местности, не доходящими однако до степени уникальности, как в НМПТ, которое в литературе нередко называют также «квалифицированным указанием происхождения»³.

Исследователями высказывалась довольно категоричная точка зрения, согласно которой целесообразно вовсе исключить из ГК охрану НМПТ, объединив все объекты, на которые ранее распространялся такой режим в рамках одного института, географического указания⁴. Однако ввиду

¹ Закон Республики Дагестан «О виноградарстве и производстве винодельческой продукции в Республике Дагестан» // СПС «Консультант Плюс».

² Кирий Л.Л. Географические указания как средство экономического развития регионов // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2013. № 7. С. 16.

³ Горленко С.А., Кирий Л.Л. Совершенствование законодательства в области наименований мест происхождения товаров и географических указаний. // Патенты и лицензии. – 2013. - № 12. – С.25

⁴ Салтыков М.А. Правовая охрана географического указания в рамках пункта 1 статьи 1516 ГК РФ // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2016. № 7. С. 22.

различающихся требований к этим средствам индивидуализации, следует признать, что географические указания и НМПТ не пересекающиеся, а вполне самостоятельные институты со своим содержанием. Дифференцированный подход к оценке связи особых свойств товара с природной средой является объективной необходимостью для того, чтобы система охраны была справедливой. Очевидно, что ввиду предъявления к НМПТ более строгих требований к технологии производства и конечному продукту, оно будет обладать большей экономической ценностью, чем географическое указание. Это повлечет и применение гораздо более тщательных методов контроля за сохранением особых свойств товаров, производимых в определенной местности. Кроме того, в отличие от НМПТ, в отношении защищенного географического указания может быть применен более широкий порядок распоряжения исключительным правом, приближающий его к исключительному праву на товарный знак.

Проведенный анализ существующих на данный момент институтов, служащих для информирования потребителей о действительном месте производства товара, показывает острую потребность во введении в Гражданский Кодекс нового самостоятельного средства индивидуализации – защищенного географического указания, дав его четкую дефиницию, установив критерии охраноспособности, процедуру подачи заявки, регистрации и т.д. Это позволит не только привести законодательство в сфере интеллектуальной собственности в соответствие с международными стандартами, но и гармонизировать нормы внутреннего права в данной сфере.

Глава 2. Право на НМПТ и система его охраны

2.1. Исключительное право на НМПТ

Широко обсуждаемый в литературе вопрос о характере прав на НМПТ лежит преимущественно в теоретической, научной плоскости, однако в данном параграфе будет показана непосредственная практическая значимость его правильного разрешения.

В соответствии с положениями Гражданского Кодекса, правообладателю принадлежит исключительное право использования наименования места происхождения товара в соответствии любым не противоречащим закону способом.

В.А. Дозорцев полагал, что исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации включает в себя два правомочия - использования и распоряжения¹. Вопреки ранее распространенной проприетарной теории, большинство современных авторов все-таки придерживаются позиции, что на результат интеллектуальной деятельности в принципе не может быть установлено владение в силу специфики объекта данных прав².

Правомочие использования состоит в возможности правообладателя всеми не запрещенными законом способами самостоятельно использовать результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации. Такая возможность в отношении НМПТ прямо установлена в пункте 2 упоминавшейся статьи 1519 ГК РФ. Правообладатель может использовать зарегистрированное обозначение, к примеру, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках, бланках, счетах, иной документации и в печатных изданиях, связанных с введением товаров в гражданский оборот, в объявлениях, на вывесках, рекламе, в сети "Интернет", в том числе в доменном

¹ Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. - Исследовательский центр частного права. -М.: Статут, 2003. - С. 338.

² Аникин А.С. Содержание и осуществление исключительных прав: дис.... канд. юрид. наук: 12.00.03. / Аникин Александр Сергеевич - М., 2008г. - С. 201.

имени¹. То есть в целом содержание правомочия использования соответствует праву использования прочих средств индивидуализации, предусмотренных гражданским законодательством.

Характеризуя правомочие использования в отношении НМПТ нельзя не упомянуть о том, что в соответствии с пунктом 7 части 1 статьи 1483 ГК РФ, обозначение, являющееся НМПТ (или сходное с ним до степени смешения), может быть включено в товарный знак в качестве неохраняемого элемента, и, соответственно, использоваться наряду с ним. Такая возможность у соискателя прав на товарный знак возникает, между тем, при обязательном соблюдении двух условий: во-первых, лицо, желающее таким образом использовать НМПТ должно обладать на него исключительным правом, а во-вторых товарный знак должен быть зарегистрирован на те же товары, для индивидуализации которых зарегистрировано данное НМПТ. Неохраняемый элемент в виде НМПТ может быть включен в товарный знак только в том случае, если не занимает в товарном знаке доминирующего положения². Учитывая, что Гражданский кодекс РФ не определяет понятие "доминирующее положение" касательно соотношения охраняемых и неохраняемых элементов в товарном знаке, исследователи предлагают толковать это требование исходя из общего смысла термина: неохраняемый элемент не должен находиться в центре "поля" товарного знака или занимать в нем более 50%³.

Правомочие распоряжения предполагает, что правообладатель может предоставить другому лицу право использовать тем или иным способом соответствующий объект прав. При правообладатель может как полностью передать третьему лицу все свои права путем отчуждения, так и предоставить ему возможность использовать права лишь в ограниченных пределах. Между тем, пункт 4 статьи 1519 Гражданского Кодекса РФ говорит о том, что

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ. // СПС «Консультант Плюс».

² Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.05.2015 N С01-245/2015 по делу N СИП-931/2014 // СПС «Консультант Плюс».

³ Гаврилов Э.П., Еременко В.И. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный) / Экзамен, 2009.

распоряжение исключительным правом на наименование места происхождения товара, в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования этого наименования, не допускается¹.

Данное законоположение породило весьма распространенное среди исследователей мнение о том, что на НМПТ в принципе невозможно обладать исключительным правом. Так, по мнению В. С. Зотовой, обладатель свидетельства на НМПТ не является обладателем исключительного права на обозначение, являясь, по сути, лишь пользователем². В обоснование своей позиции автор приводит конституционные положения о том, что земля и другие природные ресурсы (которые, несомненно, и определяют ценность товаров с НМПТ) используются и охраняются в России как основа жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории. Преамбула Федерального Закона от 6 января 1999 г. № 7-ФЗ «О народных художественных промыслах» также говорит о том, что народные художественные промыслы являются достоянием государства³. Соответственно государство, являясь единственным обладателем исключительного права на НМПТ, предоставляет хозяйствующим субъектам охраняемое обозначение в пользование.

Действительно, распоряжение этим правом абсолютно запрещено, в отличие от правового режима иных средств индивидуализации, к примеру, товарного знака. Право на товарный знак удостоверяет подлинно исключительное право его обладателя на использование (п. 2 ст. 1484 ГК РФ), распоряжение путем отчуждения (ст. 1488 ГК РФ) и предоставления права пользования третьим лицам посредством лицензии, причем количество возможных выданных лицензий не ограничено законодательством (ст. 1235 ГК РФ), запрета использовать объект третьим лицам.

¹ Там же.

² Зотова В.С. Является ли право на наименование места происхождения товаров исключительным? // Патенты и лицензии, №4, 2015. С.- 17-18.

³ Федеральный закон "О народных художественных промыслах" от 06.01.1999 N 7-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

Однако некоторые ограничения предусмотрены также и в отношении распоряжения правом на коллективный товарный знак (запрет отчуждения и предоставления право на его использование третьим лицам). В работах, посвященных данной теме, отмечается, что причиной такого императивного запрета отчуждения коллективного товарного знака посредством гражданско-правовых договоров служит неправосубъектность их владельца¹. Само по себе объединение товаропроизводителей, использующих коллективный товарный знак, не является юридическим лицом.

Спецификой же НМПТ является то, что обладатель свидетельства имеет по сути лишь право на его использование (ст. 1519 ГК РФ). При этом законом исключается возможность запрета использования НМПТ другими лицами, чей товар также соответствует требованиям, предъявляемым к НМПТ. Иначе говоря, допускается существование неограниченного числа законных пользователей НМПТ, монопольным правом на него ни один из них не обладает.

Разумеется, ограничения в распоряжении правом на НМПТ отчасти оправданы, ведь по сравнению с остальными средствами индивидуализации, НМПТ выполняет в большей степени важную публичную функцию, нежели защищает частный интерес правообладателей. Как уже отмечалось, недра, природные богатства являются достоянием всего общества². Поэтому государство напрямую заинтересованно в том, чтобы эти ресурсы использовались в строгом соответствии с установленным законом порядком, наиболее эффективно и рационально. Кроме того, надлежащая охрана НМПТ способствует также сохранению культурно-исторического достояния государства в виде народных промыслов, производственных и художественных традиций. Запрещая неограниченное право пользователей обозначением передавать его любым другим лицам, закрепляя за собой монопольное право

¹ Гульбин Юрий Терентьевич. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях : дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2010.- С. 274.

² Конституция Российской Федерации // СПС «Консультант Плюс».

предоставления обозначения хозяйствующим субъектам, государство обеспечивает строгий контроль за своими ресурсами и репутацией.

Рассматриваемое законоположение исходит из самой сущности такого обозначения, отражающего в товаре особые «природные или людские факторы» местности, географического объекта и, по большому счету, никак не затрагивает субъективных прав правообладателей. С одной стороны, предоставление обладателю НМПТ возможности каким-либо образом распоряжаться этим правом путем отчуждения лицам, чьи товары не обладают особыми свойствами и производятся в иных географических условиях, означало бы скорее нарушение прав потребителей, связывающих с НМПТ определенные ожидания качества продукции. С другой стороны, отчуждение прав на НМПТ в рамках одного географического объекта просто-напросто бессмысленно, ведь в таком случае возможность другим субъектом пользоваться наименованием, подав соответствующую заявку, при условии выпуска товара в том же регионе и с теми же качествами предусмотрена в самом законе.

И все же в литературе существует обоснованная точка зрения, которая подвергает критике такой абсолютный запрет на отчуждение права на НМПТ. Так, Ю.Т. Гульбин в своей диссертации отмечает, что регулирование этого вопроса в законе 1992 года было более совершенным, так как предусматривало запрет на отчуждение права на НМПТ лишь посредством специального инструмента – лицензионного договора. Это разумно, так как, выдавая лицензии, обладатели НМПТ, фактически подменяли бы собой уполномоченный на это орган - Роспатент. Других способов перехода права закон прямо не разрешал, но и не запрещал¹.

Настоящий же закон сделал запрет распоряжения абсолютным, невзирая на то, что потребности гражданского оборота могут предусматривать целесообразность в некоторых случаях такого распоряжения. В ряду таких

¹Гульбин Юрий Терентьевич. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях : дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2010.- С. 274.

возможных оснований автор называет, например, договор аренды предприятия как единого имущественного комплекса, включающего в себя, помимо прав на материальные объекты и ряд исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, на средства индивидуализации¹. Такой переход прав на НМПТ в составе других имущественных прав представляется необходимым и обоснованным, ведь логично, что место нахождения предприятия, технология производства при эксплуатации предприятия другим лицом, арендатором, не изменится, а значит, не изменятся и особые свойства товаров, в отношении которых ранее было зарегистрировано НМПТ. Между тем запрет перехода этого права к арендатору и его оставление у предыдущего правообладателя влечет исключение этого средства индивидуализации из гражданского оборота и его неиспользование в дальнейшем.

Та же самая проблема невозможности перехода прав на НМПТ стоит в отношении договора купли-продажи предприятия. В статье 559 ГК РФ прямо перечислены те виды средств индивидуализации, которые подлежат передаче, среди которых нет НМПТ. Помимо указанных договоров, Ю. Т. Гульбин отмечает целесообразность перехода прав на НМПТ в рамках договора коммерческой концессии, а также договора доверительного управления имуществом².

Интересен вопрос о переходе прав на НМПТ по наследству. Принадлежавшее индивидуальному предпринимателю исключительное право на НМПТ (пункт 1 статьи 1519 ГК РФ), на коммерческое обозначение в качестве средства индивидуализации принадлежащего правообладателю предприятия (пункты 1 и 4 статьи 1539 ГК РФ) переходят по наследству только в случаях, если наследником является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель³. Это еще одно ограничение перехода прав на НМПТ по сравнению с товарным знаком, в отношении которого допускается

¹ Там же., с. 276, 277.

² Гульбин Юрий Терентьевич. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях : дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2010.- С. 279.

³ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.05.2012 N 9 "О судебной практике по делам о наследовании" // СПС «Консультант Плюс».

наследование прав и лицом, не являющимся индивидуальным предпринимателем, при условии, что в течение года лицо произведет отчуждение права. При этом в случае приобретения лицом статуса ИП, закон не запрещает ему сохранить права на товарный знак за собой. Данная правовая позиция Верховного Суда критикуется, в частности, Э. Гавриловым, который указывает на нецелесообразность такого регулирования, предлагая использовать в данных правоотношениях те же правила, что и в отношении товарных знаков¹.

Между тем нельзя не отметить, что даже принятый подход труднореализуем, в частности, в силу того, что обладатель прав на НМПТ должен находиться и осуществлять свою хозяйственную деятельность в определенной местности. Иными словами, даже если наследник является хозяйствующим субъектом (ИП или юридическим лицом), он может осуществлять иную предпринимательскую деятельность, не связанную с производством товаров, или же производить товары в другой местности, нежели наследодатель. В таком случае обладание им прав на НМПТ противоречит его назначению. Представляется, что положения о переходе прав на НМПТ по наследству подлежат дополнению нормой о том, что указанные права переходят по наследству лишь при условии производства правопреемником аналогичных товаров, обладающих особыми свойствами, и строго в той же местности, что и наследодатель.

В целом, характеризуя этот институт в системе российского права, ученый констатирует его непривлекательность с точки зрения гражданского оборота. Правовой режим НМПТ в значительной степени сковывает правообладателя². Поэтому для придания этому средству индивидуализации динамичности, расширения его использования, необходимо законодательно предусмотреть более свободные договорные способы использования и

¹ Гаврилов Э.П. Наследование интеллектуальных прав в свете Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 29 мая 2012 г. N 9 // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2012. N 9. С. 12-15.

² Там же, С. 16.

распоряжения этим правом, соответствующие при этом его характеру и сущности.

Таким образом, можно сделать однозначный вывод о том, что содержание права на НМПТ обладает значительной спецификой по сравнению с остальными средствами индивидуализации. Вместе с тем отрицать исключительность этого права нельзя. Ограничение правомочия распоряжения этим правом, как уже было сказано, вызвано бесспорной объективной необходимостью защиты публичных интересов, хотя в законе все же следует предусмотреть отдельные случаи возможности перехода этих прав.

Что же касается множественности правообладателей, то, как верно указывает В.А. Дозорцев, это не умаляет исключительность прав: право на НМПТ закрепляется исключительно за определенным законом кругом лиц, и по основаниям, предусмотренным законодательством. Праву на НМПТ, как и праву на любой другой объект интеллектуальной собственности, корреспондирует обязанность всех третьих лиц воздерживаться от действий, не согласующихся с этим правом¹.

В этой связи целесообразно провести сравнение правового режима коллективного товарного знака и наименование места происхождения товара: и в том и в другом случае правообладателями являются несколько лиц. Отличие состоит лишь в том, что для возникновения исключительного права на коллективный товарный знак необходимо добровольное соглашение лиц, входящих в объединение о поддержании определенного уровня качественных характеристик производимого товара. В случае же с НМПТ именно объективные факторы, такие, как общность качественных характеристик товара и происхождение его из определенной местности, позволяет разным лицам использовать одно и то же обозначение.

Подводя итог вышесказанному, следует подчеркнуть, что характерной чертой, выделяющей НМПТ среди прочих обозначений, является своеобразие в

¹ Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. - Исследовательский центр частного права. -М. :Статут, 2003. – С. 203.

использовании и распоряжении правом на него, не в полной мере соответствующим так называемым «исключительным правам», что, с одной стороны, оценивается как закономерное ограничение, но с другой стороны требует внимания со стороны законодателя. Потребности развивающегося гражданского оборота свидетельствуют о необходимости ослабления запретов в данной сфере. В целом, появившись сравнительно давно, институт НМПТ, не подвергавшийся серьезным изменениям, на данный момент нуждается в преобразованиях исходя из реальных потребностей оборота. Для этого необходимо пересмотреть упоминавшиеся статьи ГК РФ, а также некоторые подзаконные акты, развивающие эти положения.

2.2. Правовые механизмы защиты прав на НМПТ

Как уже отмечалось выше, в мире существует два принципиально отличающихся подхода к охране географических обозначений, а именно: защита посредством распространения на географические обозначения системы регистрации и охраны коллективных и сертификационных товарных знаков и система *sui generis*, предусматривающая специфические формы защиты, отдельные реестры и т.д.

Первого подхода последовательно придерживаются такие страны, как США, Канада. Среди преимуществ именно такой системы часто называют использование существующего режима охраны товарных знаков, знакомого предпринимателям¹. Отсутствует потребность в создании новых государственных структур, уполномоченных обеспечивать регистрацию, с внушительным штатом сотрудников, что, в свою очередь, не налагает на государство и налогоплательщиков дополнительных обязательств. Кроме того, достоинством такого механизма охраны является возможность регистрации в качестве географического оказания не только словесного обозначения, но и графических изображений, слоганов, трехмерных объектов, цветов или даже звуков и запахов².

Европейский союз, как мировой лидер производства и экспорта продукции с географическими обозначениями, в целях всемерной поддержки своих производителей, в особенности, на внешнем рынке, разумеется, предусмотрел особую схему защиты.

В области охраны НМПТ Россия, по большей части, придерживается второго подхода. Однако на данный момент среди исследователей все чаще звучит резкая критика такой системы³. Существует мнение, что охрана НМПТ себя не оправдала и является для России преждевременной. Между тем, авторы

¹ United States Patent and Trademark Office. Geographical Indication Protection in the United States. [Электронный ресурс] // URL: https://www.uspto.gov/sites/default/files/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/gi_system.pdf. (дата обращения: 09.02.2018).

² Там же.

³ Гаврилов Э. П. Как нам надо защищать наименования мест происхождения товаров и географические указания // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2017. № 5. С. 9-14.

ограничиваются лишь выявлением проблем, которые, безусловно, присутствуют в данной области, не предлагая каких-либо разумных альтернатив для защиты традиционных продуктов и товаров.

Каким же образом, кроме уже существующего, могли бы защищаться НМПТ в России?

Разумеется, режим индивидуального товарного знака здесь ни в коем случае неприменим. Иначе один хозяйствующий субъект монополизировал бы репутацию и положительный имидж обозначения, получив таким образом необоснованные конкурентные преимущества, а отсутствие контроля со стороны государства привело бы к ухудшению качества продукции и несоответствию разумным ожиданиям потребителей. Что же касается коллективного товарного знака, то здесь, пусть и в меньшей степени, но все же присутствуют те же самые риски. Дело в том, что передавая объединению производителей как функции по самостоятельному установлению требований к качеству товаров, производимых объединением, так и контроль за вступлением и выходом членов объединения, государство фактически передаст свои значимые публичные функции частным лицам. Ввиду того, что природные ресурсы и традиционные промыслы являются общенациональным достоянием, такое положение дел недопустимо.

Таким образом, российское право не создает условий для какого-либо иного механизма защиты прав на НМПТ, нежели действующий на сегодняшний день. Однако нижеприведенные проблемы, существующие в области регистрации и прекращения прав на НМПТ, вызывают обоснованную критику исследователей.

Обязательным условием предоставления обозначению правовой охраны является его государственная регистрация в установленном Гражданским Кодексом РФ порядке в уполномоченном органе исполнительной власти. Данные о зарегистрированном обозначении и правообладателях вносятся в Государственный реестр наименований мест происхождения товаров (Реестр).

Для регистрации НМПТ, соискатель лично или через патентного поверенного подает в Роспатент заявление установленной формы.

Гражданский Кодекс разграничивает первичную процедуру регистрации (в том случае, если соискатель желает зарегистрировать и приобрести права на ранее не существовавшее обозначение) и процедуру предоставления права на ранее зарегистрированное обозначение. К заявке на первичную регистрацию НМПТ соискатель, помимо прочих документов, прикладывает заключение уполномоченного органа о том, что в границах данного географического объекта заявитель действительно производит товар, обладающий особыми свойствами, обусловленными природными или людскими факторами данной местности. В случае же, если испрашивается предоставление права на ранее зарегистрированное НМПТ, заключение уполномоченного органа подтверждает, что в границах данного географического объекта заявитель производит товар, обладающий особыми свойствами, указанными в Реестре. Однако данное требование не императивно и в случае, если заявитель не предоставил заключение, Роспатент самостоятельно запрашивает соответствующие сведения.

В Постановлении Правительства № 481 от 17.09.2004 г. (далее – Постановление) в целях контроля за соблюдением особых свойств товаров, в отношении которых предоставляется НМПТ, перечислены конкретные области производства, относительно которых каждый из приведенных в Постановлении органов уполномочен выдавать заключение:

- Минздравсоцразвития России (в отношении минеральной питьевой лечебной, лечебно-столовой и минеральной природной столовой воды);
- Минпромторг России (в отношении изделий народных художественных промыслов);
- Минсельхоз России (в отношении товаров сельского хозяйства, продовольственных товаров, безалкогольной продукции, продуктов пчеловодства, товаров, вырабатываемых из рыбы и морских продуктов);

- Росалкогольрегулирование (в отношении алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции)¹.

На практике встречались случаи отказа Роспатента в регистрации НМПТ, в отношении иных товаров (например, «лечебная грязь», «керамический кирпич»)², так как уполномоченные органы, в свою очередь, не предоставляли необходимого заключения, ссылаясь на то, что указанные товары не упомянуты в Постановлении. Однако очевидно, что такой перечень не может быть исчерпывающим, так как ограничение сфер производства, в которых возможно использование рассматриваемого средства индивидуализации, является нарушением прав производителей и противоречит Гражданскому Кодексу РФ, который таких ограничений не предусматривает.

Порядок выдачи заключений вызывает критику не только по указанной выше причине. На подзаконном уровне данная процедура урегулирована недостаточно четко.

Не вызывает сомнения, что деятельность уполномоченного органа по выдаче заключения, крайне важна, ведь именно на его основе Роспатент принимает решение о предоставлении охраны НМПТ или о предоставлении права использования уже зарегистрированного НМПТ. На уполномоченном органе исполнительной власти лежит ответственность относительно достоверности удостоверяемых им сведений об особых свойствах товара, установления характера и степени их зависимости от природных условий местности. Уполномоченный орган должен самостоятельно изучить, проанализировать данные сведения. Однако в Административных регламентах уполномоченных органов, регулирующих процедуру выдачи заключений, говорится, что заявителю для получения указанного заключения необходимо представить документальные данные, результаты исследований о том, что в

¹ Постановление Правительства РФ от 17.09.2004 N 481ред. от 04.09.2012"О Перечне 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 также к заявке на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара" // СПС «Консультант Плюс».

² Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения в России и за рубежом., дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2015., с. 119-120.

товаре действительно наличествуют такие свойства¹. Уполномоченный орган, таким образом, лишь формально оценивает представленные заявителем документы, дублируя полномочия Роспатента. Это значительно усложняет процедуру получения свидетельства, делает ее длительной и крайне неудобной для соискателей. С момента подачи заявки до выдачи свидетельства о праве на НМПТ в отдельных случаях может проходить до 2 лет. Издержки, понесенные в ходе прохождения всех ступеней регистрации, являются дополнительным фактором, заставляющим производителей вовсе не использовать НМПТ.

Кроме того, в отношении организаций, уполномоченных выдавать заявителю документальные данные исследований о свойствах и характеристиках товаров, не всегда установлены какие-либо требования. Так, если функции по выдаче бальнеологического заключения по составу и лечебным свойствам минеральной воды или экспертного заключения по составу и качеству минеральной воды возложены на государственные исследовательские учреждения², то в некоторых случаях исследования могут производить также частные, муниципальные специализированные организации, выполняющие анализ по заказу заявителя. Не исключается также возможность проведения исследования самим заявителем, в случае, если в его распоряжении на предприятии имеется собственная лаборатория³. Такое положение дел может вызвать обоснованные сомнения в достоверности результатов исследований.

Таким образом, представляется, что Постановление Правительства № 481 от 17.09.2004г. подлежит дополнению положениями, позволяющими уполномоченным органам выдавать заключения на товары, не названные напрямую в данном Постановлении, но в целом относящиеся к области их компетенции. Кроме этого, для повышения авторитетности выдаваемых

¹ Приказ Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка от 29 июля 2013 г. N 188 (Зарегистрировано в Минюсте России 27 сентября 2013 г. N 30047) // СПС Консультант Плюс, Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 25 октября 2011 г. N 1211н (Зарегистрировано в Минюсте РФ 30 декабря 2011 г. N 22869) (ред. от 25.09.2015) П 17 // СПС Консультант Плюс.

² Приказ Минздрава РФ от 16 сентября 2003 г. № 445 «Об установлении лечебных свойств природных лечебных ресурсов, других природных объектов и условий» // СПС «Консультант Плюс».

³ В. С. Знаменская. Получение заключения уполномоченного органа в связи с регистрацией наименования места происхождения товара и предоставлением права его использования // "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 11, март 2016 г., с. 80-93.

заклучений и упрощения процедуры выдачи разумно предусмотреть формирование в структуре этих органов собственных экспертных комиссий (лабораторий), которые будут непосредственно осуществлять исследование товара соискателя.

Так же, как и в случае с товарным знаком, исключительное право на НМПТ действует в течение 10 лет со дня подачи заявки в Роспатент. Срок охраны по заявлению правообладателя также может быть продлен неограниченное количество раз, однако процедура несколько усложнена. Правообладатель должен доказать, что производимый им товар все так же соответствует особым свойствам, предъявив одновременно с заявлением соответствующее заключение уполномоченного органа. В случае, если правообладатель не сделал этого самостоятельно, заключение в порядке взаимодействия с уполномоченными органами запрашивает Роспатент.

Такие дополнительные требования к процедуре продления срока действия исключительного права на НМПТ, разумеется, обоснованы. 10 лет – довольно большой срок, за который действительно могут исчезнуть те природные или людские факторы, которые делали продукцию уникальной. Однако не следует забывать, что проверка соответствия товара особым свойствам на момент продления свидетельства не должна стать единственной формой контроля за сохранением товаром уникальных свойств. Нормы ГК РФ возлагают на уполномоченные органы функцию контроля в данной сфере¹, однако на подзаконном уровне не раскрываются конкретные процедуры, формы данного контроля. В условиях запрета публикации сведений об особых свойствах, и невозможности осуществлять эффективный общественный контроль за обоснованностью использования НМПТ, это становится серьезной проблемой.

Действующий в РФ механизм защиты НМПТ породил такое дискуссионное явление, как «бессубъектные» наименования. Дело в том, что закон различает условия прекращения правовой охраны НМПТ и основания

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ. // СПС «Консультант Плюс».

прекращения действия исключительного права на него. В первом случае речь идет об установлении факторов, которые приводят к объективной невозможности производить товар, обладающий особенными характеристиками, в данной местности. Для прекращения действия свидетельства о праве на НМПТ необходимо установить обстоятельства, касающиеся конкретного правообладателя. Таким образом, прекращение прав всех производителей на НМПТ не влияет на сохранение самого НМПТ, в том случае, если природные или людские факторы, позволяющие производить продукцию с особыми свойствами, не исчезли. Все это как раз таки и привело к появлению «бессубъектных» или «спящих» обозначений. На данный момент не имеют действующих правообладателей такие знаменитые обозначения, как «Красносельская скань» (номер в реестре 1), «Сарова» (номер в реестре 4) «Михайловское кружево» (номер в реестре 24), «Городецкая роспись» (номер в реестре 25), «Мстера» (номер в реестре 35), «Тверская кукла» (номер в реестре 37), «Оренбургский пуховый платок» (номер в реестре 68), «Новотерская классическая» (номер в реестре 113). 52 из 169 зарегистрированных НМПТ являются бессубъектными.

Подавляющее большинство авторов критикует данное явление, говоря о лишь том что «прав без субъекта быть не может»¹, не приводя в защиту своей позиции каких-либо весомых доводов. Между тем, как было замечено уже неоднократно, НМПТ – особый объект гражданских прав, не вполне вписывающийся в некие идеальные теоретические модели. Помимо этого, сохранение записи об охраняемом НМПТ в реестре не влечет каких-либо негативных последствий для оборота и общества в целом. Напротив, это предоставляет возможность впервые или заново входящим на рынок производителям получить исключительное право на это обозначение, что является более простым процессом, нежели повторное прохождение процедуры регистрации НМПТ.

¹ Гаврилов Э.П., Данилина Е. А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии — 2006 г. -№ 1 — С. 4.

Кроме того, прекращение охраны НМПТ при прекращении прав всех пользователей на него может привести к тому, что в период отсутствия правовой защиты географического обозначения, любой производитель сможет зарегистрировать соответствующий товарный знак, содержащий это наименование. Репутация и известность товара под этой маркировкой, представляющие безусловную коммерческую ценность, достанутся правообладателю, который никаких усилий к продвижению этого средства индивидуализации не прикладывал. Рядовые потребители, не знакомые, разумеется, с различиями этих средств индивидуализации, не будут осведомлены о том, что обладатель прав на обозначение уже не связан теми требованиями, которые предъявляются к НМПТ, и продолжают совершать покупки, основываясь на предыдущем опыте, полагая, что товар все так же обладает особыми свойствами. Кроме того, непонятно, каким образом будут разрешаться споры между обладателями прав на товарные знаки, в которых использовано географическое наименование, ранее являвшееся НМПТ, и лицами, действительно производящими в этой местности уникальный товар и вновь подавшими заявку на регистрацию обозначения.

Таким образом, сохранение в Реестре бессубъектных НМПТ и их охрана является наиболее рациональным способом предотвращения вышеуказанных негативных последствий. В практике существует немало примеров возобновления действия исключительных прав на НМПТ после определенного временного периода. В статье В. И. Еременко, посвященной данной проблематике, в качестве примера приводятся «Гжель» (рег. № 2), «Вологодское кружево» (рег. № 3), «Златоустовская гравюра на стали» (рег. № 7¹). Это говорит о том, что НМПТ не перестают быть востребованы даже при полном исчезновении действующих правообладателей.

Резюмируя изложенное, следует сказать, что действующая система охраны прав на наименование места происхождения не требует полной отмены

¹ Еременко В. И. Особенности правовой охраны наименований мест происхождения товаров // Биржа интеллектуальной собственности. Т. XI. № 4. 2012. С. 3–4

или каких-либо коренных изменений. Тем не менее, добиться наиболее эффективного и разумного использования НМПТ в интересах оборота, невозможно без скорейшего решения приведенных в настоящем параграфе основных проблем.

Заключение

В ходе написания дипломной работы были рассмотрены основные вопросы правовой охраны наименования места происхождения в Российской Федерации.

В частности, было изучено законодательное понятие НМПТ, подробно охарактеризованы критерии охраноспособности обозначения. При изучении понятия НМПТ была высказана идея о возможности отказа от требования известности обозначения на момент регистрации ввиду неопределенности данного критерия и невозможности его объективного и единообразного определения.

В целях установления объективности в предоставлении правовой охраны обозначениям в рамках настоящего исследования была выявлена необходимость изменения подхода к определению особых свойств товара. Было выявлено отсутствие единообразия к выявлению и описанию особых свойств, что приводит в настоящий момент к потенциальной опасности нарушения законных прав и интересов производителей, а также потребителей товаров. В качестве оптимального решения сложившейся проблемы была отмечена целесообразность обращения к зарубежному опыту стандартизации товаров с НМПТ.

Важное место в работе уделено разрешению сложившейся терминологической неопределенности в соотношении различных по своей природе институтов, характеризующих товар как происходящий с определенной территории. С опорой на международно-правовые акты, регулирующие данную сферу и национальное законодательство зарубежных государств была проведена попытка разграничения понятий наименования места происхождения товаров, географического указания, указания происхождения. В целях реализации дифференцированного подхода к определению связи свойств товара с географической средой и расширения возможностей защиты уникальной продукции для всех производителей

обоснована необходимость включения в Гражданский Кодекс нового средства индивидуализации - географического указания.

Было раскрыто содержание прав на НМПТ в сравнении с исключительным правом на товарный знак, при этом сделан вывод о том, что, несмотря на специфику правомочия распоряжения правом на НМПТ, его исключительность, проявляющаяся, прежде всего, в противопоставленности всем третьим лицам, не может подвергаться сомнению. Приведена критика положений, направленных на абсолютный запрет распоряжения правом на НМПТ, приведены доводы в пользу отказа от такого императивного запрета. При этом обоснована необходимость сохранения отдельных ограничений распоряжения исключительным правом на НМПТ в целях защиты публичных интересов и сохранения подлинной экономической ценности данного обозначения.

В рамках настоящего исследования, помимо этого, был описан существующий механизм охраны НМПТ – от момента регистрации до прекращения прав на него. В ходе исследования была выявлена необходимость изменений отдельных законодательных положений, регулирующих данные процедуры, в целях их упрощения и ускорения.

Кроме того, в целях наиболее наглядного и полного описания механизма защиты НМПТ в России, было изучено два основных подхода к охране географических обозначений, а именно, защита посредством распространения на НМПТ положений о товарных знаках и система *sui generis*, предполагающая учреждение особой системы регистрации и контроля, применимой исключительно к географическим обозначениям. Эти подходы были разработаны в соответствии с различными правовыми традициями в рамках определенных исторических и экономических условий в соответствующих странах. Однако представляется, что в России, несмотря на отсутствие до 1992 года такой специальной системы, есть все условия для успешного применения именно второго подхода.

Возрастающее экономическое значение обозначений, индивидуализирующих товары, происходящие из определенной местности, находится в глубоком противоречии с относительно слабой их защитой, пробелами и противоречиями правового регулирования данной области в России. Ценность наименований места происхождения товара, географических обозначений велика: как для производителей таких уникальных товаров, так и для потребителей, и, разумеется, для экономики государства в целом. В данной работе была сделана попытка привлечь более пристальное внимание к проблемам НМТП, пренебрежение которыми, даже ввиду немногочисленности обозначений, недопустимо.

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // СПС «Консультант Плюс».
2. Договор о Евразийском экономическом союзе Подписан в г. Астане 29.05.2014 // СПС «Консультант Плюс».
3. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS). Заключено в г. Марракеше 15 апреля 1994 г. // СПС «Консультант плюс».
4. Мадридское Соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. (пересмотрено в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Ницце 15 июня 1957 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г.) // СПС «Консультант Плюс».
5. Соглашение от 04.06.1999 года "О мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний" утв. Постановлением Правительства РФ от 15.10.2001 N 726. // СПС «Консультант Плюс».
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
7. Федеральный закон от 18 декабря 1997 г. N 152-ФЗ "О наименованиях географических объектов" // СЗ РФ. 1997. N 51, ст. 5718; 2008. N 30. ст. 3616; N 44, ст. 4997; 2012, N 29, ст. 3979.
8. Федеральный закон "О народных художественных промыслах" от 06.01.1999 N 7-ФЗ // СЗ РФ 1999, N 2, ст. 234; 2004, N 35, ст. 3607; 2005, N 50, ст. 5248; 2006, N 52 (ч. I), ст. 5497; 2007, N 27, ст. 3213; 2008, N 30 (ч. II); 2012, N 53 (ч. 1), ст. 7581; ст. 3616; 2017, N 31 (Часть I), ст. 4783.

9. Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) // СПС «Консультант Плюс».
10. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-I «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиям мест происхождения товаров» // «Ведомости Съезда Народных Депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации» от 22 октября 1992 г. N 42 ст. 2322.
11. Закон Азербайджанской Республики от 12 июня 1998 г. "О товарных знаках и географических указаниях" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=2701 – (дата обращения 22.03.2018).
12. Закон Туркменистана от 23 октября 2008 г. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=25076 – (дата обращения 22.03.2018).
13. Закон Республики Армения от 22 мая 2010 г. N ЗР-60 "О географических указаниях" [Электронный ресурс] // URL: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=67786 – (дата обращения 22.03.2018).
14. Постановление Правительства РФ от 17.09.2004 N 481ред. от 04.09.2012"О Перечне 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 также к заявке на предоставление исключительного

- права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара" // СПС «Консультант Плюс».
15. Приказ Минэкономразвития России от 30.09.2015 N 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" // СПС «Консультант Плюс».
 16. Приказ Минобрнауки РФ от 29.10.2008 N 328 Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам государственной функции по организации приема заявок на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявки на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара, их рассмотрения, экспертизы и выдачи в установленном порядке свидетельств Российской Федерации. // СПС «Консультант Плюс»
 17. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 25 октября 2011 г. N 1211н (Зарегистрировано в Минюсте РФ 30 декабря 2011 г. N 22869) (ред. от 25.09.2015) П 17 пп 4 // СПС Консультант Плюс
 18. Приказ Минздрава РФ от 16 сентября 2003 г. № 445 «Об установлении лечебных свойств природных лечебных ресурсов, других природных объектов и условий» // СПС «Консультант Плюс».
 19. Приказ Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка от 29 июля 2013 г. N 188 (Зарегистрировано в Минюсте России 27 сентября 2013 г. N 30047) // СПС «Консультант Плюс».

- 20.ГОСТ Р 55242-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Вина защищенных географических указаний и вина защищенных наименований места происхождения. Общие технические условия" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 N 1298-ст // М.: Стандартинформ, 2013.
- 21.Методические рекомендации по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания утв. приказом Роспатента от 31 декабря 2009 года N 198 // СПС «Консультант Плюс».
- 22.Письмо Министерства сельского хозяйства от 13 февраля 2017 г. N 21/126 // СПС «Консультант Плюс».
- 23.Закон Республики Дагестан «О виноградарстве и производстве винодельческой продукции в Республике Дагестан» // СПС «Консультант Плюс».
- 24.Постановление Правительства Республики Дагестан от 1 октября 2015 г. N 271 "Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, и о внесении изменения в Положение о Министерстве сельского хозяйства и продовольствия Республики Дагестан" // СПС «Консультант Плюс».
- 25.Постановление Правительства Севастополя от 29 сентября 2015 года № 901-ПП «Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием, и признании утратившим силу постановления правительства Севастополя от 13.07.2015 N 624-ПП "Об определении географического объекта, в границах которого осуществляется производство винодельческой продукции с защищенным географическим указанием» // СПС «Консультант Плюс».

Список использованной литературы

26. Аникин А.С. Содержание и осуществление исключительных прав: дис.... канд. юрид. наук: 12.00.03. / Аникин Александр Сергеевич - М., 2008г. – 239 с.
27. Введение в интеллектуальную собственность. ВОИС, 1998. С. 395.
28. Гаврилов Э.П., Еременко В.И. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный) / Экзамен, 2009. 198 с.
29. Гаврилов Э.П., Данилина Е. А. Практика охраны наименований мест происхождения товаров: что изменилось? // Патенты и лицензии — 2006 г. -№ 1
30. Гаврилов Э.П. Наследование интеллектуальных прав в свете Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 29 мая 2012 г. N 9 // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2012. N 9.
31. Гаврилов Э.П., Гаврилов К.М. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров: необходимы серьезные изменения // Патенты и лицензии. 2014. N 4.
32. Гаврилов Э. П. Как нам надо защищать наименования мест происхождения товаров и географические указания // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2017. № 5.
33. Горленко С.А., Кирий Л.Л. Совершенствование законодательства в области наименований мест происхождения товаров и географических указаний. // Патенты и лицензии. 2013. № 12.
34. Гульбин Юрий Терентьевич. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях : дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2010.- 274 с.
35. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. - Исследовательский центр частного права. -М. :Статут,2003. - 416 с.

- 36.Еременко В. И. Особенности правовой охраны наименований мест происхождения товаров // Биржа интеллектуальной собственности. Т. XI. № 4. 2012.
- 37.Знаменская В.С. Правовая охрана наименований мест происхождения в России и за рубежом., дисс. на соиск. уч. ст. канд. юр. наук., М., 2015.
- 38.Зотова В.С. Является ли право на наименование места происхождения товаров исключительным? // Патенты и лицензии, №4, 2015.
- 39.Калятин В.О. Интеллектуальная собственность (Исключительные права). М.: Норма, 2000. С. 351
- 40.Кирий Л.Л. Географические указания как средство экономического развития регионов//Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2013. № 7.
- 41.Коммерческое право: учебник для академического бакалавриата/ Е.А. Абросимова, А.Т. Амиров, В.А. Белов [и др.]; под общ.ред. Б.И. Пугинского, В.А. Белова, Е.А. Абросимовой. – 5-е изд., перераб. и доп.- М. : Издательство Юрайт, 2016. – 471 С. – Серия : Бакалавр. Академический курс.
- 42.Маковский А.Л., Хлестова И.О. Проблемы унификации международного частного права. М., 2012. - 488 с.
- 43.Рекомендации круглого стола на тему «Региональные бренды: опыт, задачи, перспективы» // Журнал Суда по интеллектуальным правам. Научно-практический журнал. - М.: Правовая поддержка, 2014. - 123 с.
- 44.Салтыков М. А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2012. -26 с.
- 45.Салтыков М.А. Правовая охрана географического указания в рамках пункта 1 статьи 1516 ГК РФ // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2016. № 7.

- 46.Судариков С. А. Право интеллектуальной собственности : учеб. – М. : Изд-во Проспект, 2008.- 368 с.
- 47.Asland John. Protection of Geographical Indications – What is it and What’s in it for Norway? – Thoughts from the Outskirts of Europe // Bond law review, 2005, 17.
- 48.Calboli Irene, Gervais Daniel. The Socio-Economic Aspects of Geographical Indications of Origin // Worldwide Symposium on Geographical Indications, Budapest, October 20-22, 2015. 39-49. Research Collection School Of Law. URL: http://ink.library.smu.edu.sg/sol_research/1950 (дата обращения: 30.11.2017).
- 49.Conrad Albrecht. The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement // The Trademark Reporter, 11 (1996).
- 50.Folkesson Carina // Geographical Indications and Rural Development in the EU, 2005 at p. 87, biblioteket.ehl.lu.se/olle/papers/0000429.pdf.
- 51.Valerie Verret. Protecting Geographical Indications in the United States // Baker Botts L.L.P., Dallas, Texas, USA.

Электронные ресурсы

- 52.В Минсельхозе обсудили Концепцию поддержки продвижения российских продуктовых суббрендов. [Электронный ресурс] // URL: <http://mcx.ru/press-service/news/v-minselkhoze-obsudili-kontseptsiiyu-podderzhki-prodvizheniya-rossiyskikh-produktovykh-subbrendov/> (дата обращения: 30.11.17).
- 53.[Электронный ресурс] URL: <http://www.ros-soya.ru/proekt-koysepcii.pdf> (дата обращения: 30.11.17)
- 54.Сведения о регистрации НМПТ «минеральная вода Вологодская». [Электронный ресурс] // URL: http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=104&TypeFile=html (дата обращения: 11.04.2018)

55. Сведения о регистрации НМПТ «астраханские арбузы» [Электронный ресурс] // URL:
http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=104&TypeFile=html (дата обращения 11.04.2018)
56. Сведения о регистрации обозначения «Русская водка». [Электронный ресурс] // URL:
http://www1.fips.ru/fips_servl/fips_servlet?DB=RUGP&DocNumber=65&TypeFile=html (дата обращения: 10.04.2018)
57. [Электронный ресурс] // URL:
<http://www.wipo.int/wipolex/fr/details.jsp?id=8908>
58. Commission Regulation (EU) No 401/2010 of 7 May 2010 amending and correcting Regulation (EC) No 607/2009 laying down certain detailed rules for the implementation of Council Regulation (EC) No 479/2008 as regards protected designations of origin and geographical indications, traditional terms, labelling and presentation of certain wine sector products. // [Электронный ресурс] // URL: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=8908>
59. Present Section 3 of Part II of the TRIPS Agreement on geographical indications. [Электронный ресурс] // URL:
https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/ta_docs_e/modules4_e.pdf
60. United States Patent and Trademark Office. Geographical Indication Protection in the United States. [Электронный ресурс] // URL:
https://www.uspto.gov/sites/default/files/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/gi_system.pdf

Судебная и правоприменительная практика

61. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.05.2012 N 9 "О судебной практике по делам о наследовании" // СПС Консультант Плюс.
62. Решение Верховного Суда РФ от 15.06.2001г. № ГКПИ01-874 // СПС «Консультант Плюс».

63. Постановление Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.05.2015 N C01-245/2015 по делу N СИП-931/2014 // СПС «Консультант Плюс».
64. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 5 декабря 2014 г. N C01-1168/2014 по делу N А57-3990/2014. // СПС «Консультант Плюс».
65. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 16 сентября 2015 г. N C01-767/2015 по делу N А19-17485/2014 // СПС «Консультант Плюс».
66. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 09.06.2009 по делу N А56-45515/2008 // СПС «Консультант Плюс».
67. Решение Суда по интеллектуальным правам от 25.04.2017 по делу N СИП-48/2017 СПС Консультант Плюс, Постановление девятого арбитражного апелляционного суда от 22.05.2012 №09АП-10076/2012 по делу №А40-910/12-12-18 // СПС «Консультант Плюс».
68. Решение Палаты по патентным спорам от 22.03.2007. [Электронный ресурс] // URL:
<http://www.fips.ru/ConveraDocs/pps/old/96716041/96716041-2007.03.22.pdf>
(дата обращения: 02.04.2018).